



Universidad
Tecnológica
del Perú

Facultad de Administración y Negocios

Contabilidad

Trabajo de Investigación:

**“INFLUENCIA DE LA PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
DE VALORES Y SU EFECTO EN LA RENTABILIDAD DE
LA EMPRESA ALICORP S.A.A. Y SUBSIDIARIAS EN
LOS AÑOS 2018 Y 2019”**

ALAN MOISES ROJAS MEDINA

para optar el Grado Académico de Bachiller en
Contabilidad

Lima – Perú

2020

RESUMEN

La presente investigación servirá para identificar y conocer la INFLUENCIA DE LA PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO DE VALORES Y SU EFECTO EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA ALICORP S.A.A y Subsidiarias. EN LOS AÑOS 2018 Y 2019. Se analizara su participación en el MERCADO DE VALORES donde obtiene financiamiento a largo plazo y bajos costos financieros, detalles su rentabilidad generada en los últimos periodos.

La investigación tiene como objetivo identificar como influye la participación en el Mercado de Valores en la rentabilidad de la empresa ALICORP S.A.A, para lo cual se analizaran sus estados financieros y políticas administrativas de la entidad.

Los Estados financieros, evidencian las transacciones y otros acontecimientos de una entidad. Información extraída de La Superintendencia del Mercado de Valores (SMV) ALICORP S.A.A y Subsidiarias, es una entidad que lidera el mercado peruano y con participación en varios países del continente. Con sus líneas de negocio su rendimiento ha ido en aumento con artículos de adquisición masiva que comprenden productos industriales de Panadería, comida para peces, comestibles, aseo del hogar y personal. En los periodos 2018 y 2019 sus ventas lograron incrementarse, en el año 2019 sus ingresos totales; alcanzaron la cifra de S/ 9,872 millones, superando en S/ 1,583 millones al año 2018. El incremento fue potenciado primordialmente por la compra de INTRADEVCO y en menor porcentaje por el auge del comercio de Acuicultura y consumo masivo. Con lo cual logro alcanzar una utilidad bruta de S/ 2,452 millones, 16.5% superiores del año 2018. Los activos consolidados de Alicorp sumaron S/ 11,242 millones, teniendo un crecimiento

superior en 16.67 % al año 2018; su principales aumento en el activo corriente fue por el incremento de cuentas por cobrar e inventarios y en el activo no corriente el incremento más resaltantes fue en propiedad planta y equipo y los activos Intangible. Al finalizar el periodo 2019, la entidad logro utilidad neta de 481 millones de soles, superando al año 2018 en 36 millones.

Sus acciones de Inversión y Comunes obtuvieron rentabilidad de 0.56 soles en el año 2019 por acción, superando al año 2018(0.52) 0.04 soles. En reunión general de accionistas y por segundo año consecutivo, aprobaron la repartición de dividendos por la suma de S/ 205, 099,000.00 soles; mismo monto repartido en el año 2018. Otorgando un monto aproximado de S/ 0.24 Soles por el titulo valor. Ambas entregas fueron aprobadas en marzo y pagadas en mayo según corresponda.

DEDICATORIA

Dedico la presente investigación a Dios, que sin el nada se hubiera logrado, a mis padres y hermanos que con su motivación y apoyo hicieron más fácil el camino, a mi menor hijo Mateo, mi mayor inspiración, para luchar día a día y poder cumplir mis objetivos.

AGRADECIMIENTO

A mis profesores, que con su dedicación y amor por la profesión, inculcaron valores, conocimientos y profesionalismo que requiere la profesión.

ÍNDICE

| | |
|---|-----------|
| INTRODUCCIÓN..... | 8 |
| CAPÍTULO I. | 11 |
| 1.PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... | 11 |
| 1.1. Descripción de la Realidad Problemática..... | 11 |
| 1.2. Delimitación de la Investigación..... | 12 |
| 1.3. Formulación del Problema de la Investigación | 13 |
| 1.3.1. Problema Principal | 13 |
| 1.3.2. Problemas Secundarios | 13 |
| 1.4. Objetivos de la Investigación | 13 |
| 1.4.1. Objetivo General..... | 13 |
| 1.4.2. Objetivos Especificos..... | 13 |
| 1.5. Justificación e importancia..... | 14 |
| CAPÍTULO II..... | 16 |
| 2.MARCO TEORICO..... | 16 |
| 2.1. Fundamentación del Caso | 16 |
| 2.1.1. Mercado de Valores..... | 16 |
| 2.1.1. Rentabilidad..... | 18 |
| 2.2. Antecedentes | 19 |
| 2.3. Definición Conceptual de Términos | 26 |
| CAPÍTULO III..... | 30 |
| 3.CONOCIMIENTO Y ESTUDIO DE LA ENTIDAD..... | 30 |
| 3.1. Breve Reseña Historica | 31 |
| 3.2. Directorio y Accionistas..... | 33 |
| 3.2.1. Directorio..... | 33 |
| 3.2.2. Ejecutivos | 34 |
| 3.2.3. Pilares Estrategicos..... | 34 |
| 3.2.4. Buen Gobierno Corporativo | 35 |
| 3.2.5. Accionariado | 35 |
| 3.2.6. Divisiones de Negocio..... | 36 |
| 3.2.7. Expansión Geográfica..... | 38 |
| 3.2.8. Subsidiarias..... | 40 |

| | |
|---|-----------|
| 3.3. Análisis Financiero:..... | 41 |
| 3.3.1. Alicorp s.a.a. y Subsidiarias..... | 41 |
| 3.4. Ratios..... | 42 |
| 3.4.1. Ratios de Liquidez | 42 |
| 3.4.2. Ratios de Solvencia | 44 |
| 3.4.3. Ratios de Rentabilidad..... | 46 |
| 3.4.4. Ratios de Gestion | 49 |
| CAPÍTULO IV. | 51 |
| 4.ALICORP EN EL MERCADO DE VALORES..... | 51 |
| 4.1. Acciones en la Bolsa | 52 |
| 4.1.1. Inversionistas | 52 |
| 4.1.2. Rentabilidad de la Acciones | 53 |
| 4.1.3. Acciones Comunes | 54 |
| 4.1.4. Dividendos | 55 |
| 4.1.5. Utilidad por Acción..... | 56 |
| 4.2. Bonos..... | 57 |
| 4.2.1. Bonos en el Mercado Internacional..... | 58 |
| 4.2.2. Bonos en la Bolsa de Valores de Lima | 59 |
| CAPÍTULO V..... | 60 |
| 5.CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... | 60 |
| 5.1. Conclusiones | 60 |
| 5.2. Recomendaciones..... | 62 |
| BIBLIOGRAFIA..... | 63 |
| ANEXOS | 65 |
| ÍNDICE DE GRAFICAS | 78 |
| ÍNDICE DE TABLAS..... | 79 |

INTRODUCCIÓN

El Mercado de valores(MV), simboliza muchas opciones de Inversión y financiamiento, para todo aquel que desee negociar. En nuestra nación se viene comprobando un aumento constante amparado en el crecimiento económico a consecuencia de la actividad productiva, consumo y la inversión. El Mercado de Valores es donde negocian aquellas entidades privadas, públicas y personas que desean adquirir valores y los que desean vender valores(entidades públicas y privadas), los que desean adquirir, son los que cuentan con un excedente de capital, podemos decir todo aquel que tiene conservación de utilidades.

Los que venden que tienen la necesidad de contar con capital, podemos decir que son aquellos que requieren de recursos para el financiamiento de sus planes de negocio e inversión. Para poder realizar las negociaciones mencionadas deben emitir o listar en La Sociedad de Agentes de Bolsa (SABs), es la única entidad autorizados para la adquisición y venta de bienes valores que comercialice en La Bolsa de Valores de Lima, entidad privada que su objetivo es facilitar las negociaciones en rueda de valores; tiene la exclusividad de ser mercado bursátil en el Perú. Está reglamentado por la Superintendencia Del Mercado de Valores, entidad autónoma adscrita con el Ministerio de economía y finanzas, sus fines son de proteger y dar seguridad a los capitalistas e inversionistas.

ALICORP S.A.A. entidad peruana que está llevando una excelente administración y aplicando un buen gobierno corporativo, sostenido por sus pilares estratégicos(crecimiento, eficiencia y gente). Su buena labor en la parte

administrativa y financiera se refleja en sus Estados financieros. Se ha utilizado la herramienta de Ratios Financieros (es una herramienta financiera que nos direcciona a mejorar en las decisiones que adopten en la entidad), donde resalto sus mejoras su sistema de cobranza, adecuado manejo de inventarios, su estructura de financiamiento se ha sostenido a las obligaciones como primer suministro de financiamiento. Conserva su plan de ampliar el valor de la empresa, durante los últimos años obtuvo buenos resultados, con lo que mantiene su hegemonía como una entidad compacta en el mercado y muy atractiva para los inversionistas; se enfocó su desarrollo principalmente en el creación y comercialización de nuevos productos y marcas que son líderes en mercado, su estrategia de conseguir nuevos negocios atractivos, además cuenta con un sólido equipo interno, hacen de ALICORP SAA una compañía líder del PERU, en su línea de negocia de consumo masivo.

Con las emisión de bonos corporativos en los últimos años refinancio obligaciones de corto plazo a largo plazo, también le sirvió para adquirir y alinear nuevas empresas que fortalecieron el dominio de los rubros de consumo masivo y de aseo del hogar y personal y logran sumar un nueva línea de negocio(Molienda). Debido a las adquisiciones sus ventas han ido en aumento, en el periodo 2019 alcanzaron la cifra de S/ 9,872 millones, superando en 1,583 millones al año 2018, potenciadas primordialmente la compra de Intradevco y en menor porcentaje por el auge del comercio de Acuicultura y consumo masivo, con lo cual se alcanza una utilidad bruta de S/ 2,452 millones, 16.5% superiores del año 2018.

A nivel global las naciones con más poderes económicos son líderes y poseen Bolsas de Valores bien dotadas, son evaluadas por su magnitud y negociaciones

concretadas. El tamaño del Mercado Bursátil se evalúa por el capital, actividad y liquidez. ALICORP S.A.A su rentabilidad y solides en la Bolsa de Valores, se ve reflejada en aumento del precio de sus acciones y principalmente en el nivel de negociaciones bursátiles. Expertos la catalogan como una de las entidades, con menos riesgos para los Inversionistas , al 31 de diciembre del 2019 registra el valor promedio de 9.20 soles, comparado con el 31 de diciembre del año 2015 su valor promedio por acción fue de S/ 5.75 soles teniendo un crecimiento de S/ 3 .45 soles en los últimos 5 años.

CAPÍTULO I

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

1.1 Descripción de la Realidad Problemática.

En la actualidad en el Perú la mayoría de empresas se financia con los Bancos y demás entidades financieras, obteniendo altos costos financieros. Debido a problemas administrativos, falta de conocimientos y falta de visión o amplitud en la gestión financiera y la aplicación del código de Buen gobierno corporativo; requisitos muy importantes, para la participación en el MERCADO DE VALORES. Lugar donde se puede adquirir financiamiento a largo plazo y a bajos costos financieros, comparándolos con los costos adquiridos por las instituciones financieras. En nuestro país a través de Bolsa de Valores Lima los ahorrista pueden generar mejores ganancias, con tasas de interés más rentables, comparadas con el sistema financiero. Para lograr beneficios económicos, es importante analizar, estudiar y tener conocimiento de cada detalle de las empresas que participan; es esencial tener un plan de inversión.

Los Estados financieros, evidencian las transacciones y otros acontecimientos de una entidad, asociándolo en clases de acuerdo a su particularidad o característica económica, siendo estas clases los elementos de los estados financieros. ALICORP S.A.A. es una entidad sólida que tiene por objetivo un plan crecimiento sostenido y expansión nacional e internacional, una de sus últimas adquisiciones es la gigante de artículos de aseo del hogar y personal INTRADEVCO, con esta adquisición es el nuevo monopolio del rubro de higiene. Consolidada en el mercado peruano y participa en varios países del continente, con

sus líneas de negocio su rendimiento ha ido en aumento con artículos de consumo masivo que comprenden comestibles, aseo del hogar y personal. En los últimos años sus ventas han ido en aumento, potenciadas primordialmente por el auge del comercio de Acuicultura, consumo masivo y B2B.

En una evaluación realizada en Bolsa de Valores de Lima, se aplicó el MODELO Z ALTMAN, método que analiza los estados financieros y comportamiento de las principales Entidades que participan de un mercado bursátil, miden el nivel de riesgo y Rentabilidad a futuro. Alicorp S.A.A fue una de las empresas evaluadas y obtuvo resultados positivos, no tendría problemas financieros y mucha probabilidad de rentabilidad.

La investigación a realizar busca analizar y determinar los principales métodos, debilidades, beneficios; valoración, cotización de los títulos valores en el Mercado de Valores. Que generan rentabilidad a la empresa ALICORP S.A.A, se analizaran e interpretaran sus estados financieros, resultados y desarrollo de sus 2 últimos periodos(2018 y 2019).

1.2 Delimitación de la Investigación.

El trabajo se desarrollara en Lima Perú, se analizaran los Estados Financieros consolidados de los últimos dos periodos de la comapañia ALICORP S.A.A. y Subsidiarias (2018 Y 2019). La influencia de su participación en Bolsa de Valores y su efecto en la rentabilidad. involucra el área administrativa, contable y financiera de la entidad.

1.3 Formulación del Problema de la Investigación:

1.3.1. Problema Principal.

¿Como influye la participación en el MERCADO DE VALORES y su efecto en la rentabilidad de la empresa ALICORP S.A.A.

1.3.2. Problemas Secundarios.

- ¿Cuáles son los beneficios de la empresa ALICORP S.A.A por su participación en el Mercado de Valores?
- ¿Cómo se genera la Rentabilidad de la Empresa ALICORP SAA por su participación en el Mercado de Valores?
- ¿Cuáles son las causas que generan las variaciones en los índices de sus acciones de la Empresa ALICORP SAA en la Bolsa de valores de Lima?

1.4 Objetivos de la Investigación:

1.4.1. Objetivo General.

Describir de qué manera la influye la participación en el Mercado de Valores y su efecto en la rentabilidad de la empresa ALICORP S.A.A.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Determinar cuáles son los beneficios de la empresa ALICORP SAA por su participación en el Mercado de Valores.
- Determinar de qué manera se genera la Rentabilidad de la empresa ALICORP SAA por su participación en el Mercado de Valores.
- Determinar las causas que generan las variaciones en los índices de sus acciones de la empresa ALICORP SAA en la Bolsa de Valores de Lima.

1.5. Justificación e Importancia

El trabajo de investigación se justifica por las siguientes razones.

En el Perú muchas empresas se financian a través de entidades financieras, obteniendo altos costos financieros. La mala administración y bajo profesionalismo en su gestión financiera, requisitos muy importantes para poder participar en el MERCADO DE VALORES(MV), donde pueden obtener financiamiento a largo plazo y a bajos costos financieros, comparados con los costos adquiridos por las instituciones financieras.

ALICORP SAA es una empresa líder del mercado de consumo masivo, por innovar constantemente, políticas de expansión, inversión en empresas, políticas financieras, que hacen que sus indicadores sigan mejorando, con el análisis de sus estados financieros y participación en el Mercado de valores hacen una empresa sólida. Esta investigación será de gran ayuda para poder establecer los factores que permitan la negociación en el Mercado de Valores a más empresas . Donde podrán generar mayores márgenes de rentabilidad y ganar prestigio empresarial a nivel nacional e Internacional que les permitirá seguir creciendo.

El resultado de los análisis de los Estados Financieros que evidencien la Rentabilidad, ayudara a más empresas en el país a tener mayores opciones y conocimiento para mejorar sus condiciones y puedan participar en el Mercado de Valores. Pueden llegar a reducir costos financieros y aumentar su rentabilidad, si sus proyecciones de crecimiento son bien direcciones y manejados.

Se resolverán las dudas, con las respuestas que obtendremos de las conclusiones de los análisis y aplicación de ratios a los estados financieros; que nos permita identificar los puntos claves que permiten la participación en el Mercado de

Valores. Identificando como obtiene Rentabilidad la empresa ALICORP S.A.A y que motive a las empresas peruanas a buscar mejores alternativas de financiamiento, posicionamiento, crecimiento y rentabilidad mediante el Mercado de valores.

Después de realizada la investigación y análisis de los Estados Financiero de ALICORP SAA, las entidades de nuestro país tendrán más opciones, modelos a seguir o imitar que les permita mejorar la Rentabilidad de las empresas en el país.

CAPITULO II

2. MARCO TEORICO.

2.1. FUNDAMENTACIÓN DEL CASO.

2.1.1. MERCADO DE VALORES.

Antes de explicar lo que significa Mercado de Valores, se definirá el Sistema Financiero:

Es el lugar donde se realizan transacciones o negocios de forma indirecta, porque se le da este nombre; es básicamente porque el depositante o ahorrista introduce su dinero al banco, lo cual le genera una ganancia por intereses que será negociado con la entidad Bancaria. Esta entidad se encarga de negociar y transar con la entidad que necesite el capital para financiar sus obligaciones y proyectos. A esto se le llama indirecta porque ambos(depositante y prestatario) negocian con el banco y no se conocen.

El Mercado de Valores se diferencia del sistema financiero, porque las negociaciones y transacciones se realizan de forma directa entre comillas; porque en realidad si intervienen los agentes de bolsa Cavali, bolsa de valores y Superintendencia del mercado de valores y otros, según sea su función. Es llamada directa porque los Inversionista y ofertante de títulos valores si se conocen. Las entidades que buscan dinero para sus obligaciones o proyectos, para lograr su cometido emitirán títulos valores y acordaran con los ahorristas el intercambio del dinero por los valores(bonos, acciones y otros). El mercado de valores se dividirá en el mercado primario y mercado secundario, el primero es la financiación directa donde las entidades tendrán que emitir títulos valores a través de un banco de inversión(estructurador), que imprimirá los títulos valores y luego estos serán calificados por 2 calificadores de riesgos, medición de riesgos, datos

que servirán como referencia para los inversionistas; a mayor riesgo, cobrarán mayores tasas. Seguidamente la empresa emisora, inscribirá sus títulos en la superintendencia del mercado de valores y Cavali, con esto a través de los agentes de bolsa puede negociar con los inversionistas o ahorristas y vender sus títulos valores, para obtener dinero para sus obligaciones o planes de negocio. La primera venta o transacción efectuada al título valor se le denomina mercado primario.

El mercado secundario es hablar sobre la bolsa de Valores, es donde interactúan o negocian los inversionistas a través de los agentes de bolsa, una vez pactada la negociación entran a tallar Cavali que encarga de la liquidación de valores. Todos los procesos son supervisados por la Superintendencia del Mercado de Valores.

Las empresas que buscan financiamiento obtendrían beneficios por participar en el Mercado de valores, mejorarían en la parte legal, financiero y administrativo. Serán más eficientes en cada procedimiento que realicen, las verán con una mejor credibilidad pública; tendrán financiamiento a menores costos, su sostenibilidad será a largo plazo, su mejoramiento tiene que ser continuo debido a que se encontrara en constantes evaluaciones, esto nos indica que un estado financiero sólido en el Mercado de Valores, seguirá con tendencia a crecer, por las oportunidades que tendrá en el financiamiento extranjero y nacional que le permitiría seguir creciendo. También puede resultar muy costoso si es mal administrado. Los ahorristas personas y entidades públicas o privados, que tengan dinero para invertir, también podrán tener mejores beneficios económicos con tasas más elevadas que generan más ingresos comparándolos con el sistema bancario. Par poder lograr rentabilidad, se tiene que estudiar el mercado, rubro de la empresa, estados financieros y estadísticas que te mayor credibilidad a tu inversión.

2.1.2. RENTABILIDAD.

Es la capacidad de poder cosechar utilidades derivadas de la actividad económica o negocios de inversión de capital. La rentabilidad financiera indica la amplitud de la entidad, para generar ganancias desde la financiación ejecutada con capitales, fondos e inversiones de sus propietarios. En mundo, muchos empresarios, accionistas y dueños de empresas; deciden no distribuir utilidades invirtiéndolos en nuevos negocios, para que puedan seguir creciendo y maximizar su rentabilidad.

La rentabilidad o liquidez en el Mercado de Valores de los bienes , es una variante muy importante, que causa mucho interés ante los ojos de los ahorristas financieros y líderes de las entidades. Los análisis de la liquidez y rentabilidad de un título valor, es muy importante tener conocimiento de los conceptos o dictámenes de los inversionistas y de los diferentes administradores del mercado de valores. Los inversionistas logran rentabilidad en el mercado secundario. Las entidades que buscan financiamiento en el mercado primario y los ahorristas financieros con el efecto de la comercialización y negociación en el mercado secundario. Cada uno debe cumplir sus roles para generar beneficios en común el ahorrista con la inyección de su capital y la entidades financiadas corresponder con una administración que los lleve a generar su rentabilidad esperada.

Alicorp S.A.A en la Bolsa de valores sus indicadores son estudiados día a día, por entidades públicas, privadas, capitalista y sociedades que negocian en el MERCADO DE VALORES. El valor del Dólar, minerales (oro, plata cobre y otros) y estrategias bursátiles de entidades nacionales; son los determinantes para el incremento y descenso del precio de los bienes cotizados en la Bolsa de

Valores. Los elementos que determinan el valor de las ACCIONES son: el aumento o disminución de las ventas algunos indicadores financieros como el VAN, TIR, ROE, ROA, EBITDA y otros ratios que sirven para mostrar si una entidad está sobrevalorada o bien estructurada y con grandes probabilidades de obtener rentabilidad en la tasación de la Bolsa Valores.

2.2. ANTECEDENTES.

La Revista ESAN (2014). Mercado de Valores:

“El mercado de valores es un mecanismo a través del cual interactúan de forma directa empresas que captan recursos, así como inversionistas que canalizan sus ahorros hacia un mercado regulado, y en el que existe una gran probabilidad de liquidez. (página 34)”

El Mercado de Valores, es una herramienta que puede utilizado en casi en todo el mundo, a consecuencia de los avances tecnológicos de la actualidad. Es el lugar donde negocian, personas, entidades públicas y privadas; las empresas negocian de manera directa, en busca de conseguir financiamientos para sus proyectos y planes de negocio a bajos costos y los capitalistas direccionan sus capitales en busca de beneficios económicos. Hay muchas posibilidades de obtener mejores utilidades que en el sistema financiero, si es bien asesorado, estudiado y direccionado las inversiones, es un mercado reglamentado y supervisado. En nuestro país es reglamentado y supervisado por la Superintendencia de Mercado de Valores, los bienes o valores se comercializan mediante la Bolsa de Valores de Lima.

Michell Carrión(2017) Crecimiento en Bolsa:

“Entonces, se puede afirmar que hay mayores probabilidades de incrementar el valor de mercado de una empresa que participa en el mercado de capitales que de aquellas que no participan.(página 113)”

Después de su investigación el autor manifiesta que las compañías que negocien en el Mercado de Valores tendrán mayores probabilidades de crecimiento, desarrollo y estabilidad económica, que aquella empresa que no participa. Para lo cual es básico tener las estrategias para la negociación, es clave la información de todo la coyuntura actual y conocimiento de los bienes atractivos en el entorno nacional e internacional. Para poder llegar a la meta será necesario el plan bursátil para la negociaciones de valores, radica es ser efectivos en la conducción de la base de datos, reducir faces simples de inversión, que las vuelva atractivos en el mercado nacional y global.

Mercado de valores beneficia a las entidades en mejorar en la parte legal, financiero y administrativo, serán más eficientes en cada procedimiento que realicen, las empresas. Serán vistas con un mejor credibilidad publica, también tendrán financiamiento menores costos, su sostenibilidad será a largo plazo, su mejoramiento tiene que ser continuo debido a que se encontrara en constantes evaluaciones

Tong Chang, José(2011) la liquidez en los mercados:

“La liquidez es fundamental para que los mercados funcionen eficientemente y, así, cumplan con las funciones propias de los sistemas financieros. La importancia de la liquidez es tanto para el inversionista

individual como para las empresas, las instituciones financieras y los Bancos Centrales”.

El autor nos manifiesta la importancia de la liquidez de los mercados, para su funcionamiento y cada uno de los engranajes del sistema económico prospere. El fin de toda comercialización es la utilidad, para eso se comercializan los títulos valores, con fin de obtener un beneficio de financiamiento o ganancia a futuro. Lo más rentable o liquido es ser veloz en la comercialización de grandes transacciones y su efecto en los precios se lo mas reducido posible, o en la compra de un título valor o poder venderlo sin esperar mucho tiempo.

La liquidez es vital para el inversionista y para las entidades que buscan financiamiento. El ahorrista busca los títulos más rentables, con el objetivo de poder comercializar con mayor rapidez y menores riesgos, el que busca de financiamiento requiere financiar sus proyectos a bajos costos.

Un mercado rentable favorece a los negociadores financieros para que puedan desenvolverse en crisis y al Banco central de reserva del Perú, pueda apoyar a entidades que sean solventes pero muy escasas de liquidez, también puede usar herramientas indirectas e influir en el mercado para comercializar certificados de depósitos y poder estabilizar la economía.

Diego Alonso Agudelo rueda (2011) nos habla sobre la liquidez.

“La liquidez es uno de los aspectos más importantes en el estudio de los mercados financieros, además del rendimiento y el riesgo.”

La Liquidez es muy importante y necesaria en todos los negocios, muchas personas la pueden conocer como destreza para negociar enormes sumas de capitales en

forma ágil, astuta y veraz. obteniendo los resultados a costos muy bajos, en el lugar o instante que requiera.

Mencionar la palabra liquidez, es mi obligación mencionar al costo de las transacciones, porque se encuentran muy adheridos, sin ser iguales o similares. Los costos de transacciones son los que identificamos y son los se genera el agente al coger o liquidar un título valor, y estos la integran los impuestos y comisiones incorporados. Cuando los ahorristas o inversionistas solicita comprar o vender un numero bien grande de títulos valores, el cumplimiento perjudica obligatoriamente las cotizaciones en la Bolsa de valores. La consecuencia la llaman impacto en el precio.

Santiago Castillo(2008) Una Bolsa llena de Dinero.

“Adam Wiaktor convirtió una pequeña distribuidora de equipos de fotocopiado es la primera empresa mediana en acceder a financiamiento a través del mercado de valores de México”

Un empresario mexicano en el año 2005 decidió financiar su empresa a través del Mercado Valores. Esta decisión le dio el resultado de obtener 10 millones dólares en financiamiento y sus ventas se incrementaron de 150 millones anuales a 260 millones de dólares anuales, en solo 3 años de participación. Siempre con visión de crecimiento y ganas de seguir maximizando su rentabilidad, su credibilidad le daba opciones de financiamiento a través del sistema financiero, pero quería algo más grande para su entidad y obtuvo una mejor tasa de interés (10%), comparándolo con lo que le ofrecía el sistema financiero(14%) . El camino no es fácil, se debe tener planes desde el primer momento que se inicia actividad, tener todo el sistema administrativo, tributario, legal y financiero transparente,

para que los inversionistas tengan conocimiento real del estado de la entidad, se implementaron muchos cambios que fueron esenciales. Considera que también fue muy importante su experiencia conocimiento del rubro empresarial y mucho compromiso de todos los trabajadores e integrantes de la entidad.

Edmundo Lizarzaburu (2014) llegó a la siguiente conclusión.

“La investigación muestra que el Modelo Z de Altman, aplicado para las 9 mejores empresas con más negociaciones en la Bolsa de Valores de Lima, se encontraría con aproximadamente un 78% de efectividad. Acierto por completo con siete de las nueve empresas evaluadas. (pagina.16)”

La aplicación del modelo ejecutado a 9 entidades más destacadas de la Bolsa de Valores de Lima. Los resultados obtenidos fueron negativos para 2 entidades (FERREYCORP y MINAS BUENAVENTURA), ALICORP SAA y 6 empresas más, obtuvieron resultados positivos y continuaran operando sin inconvenientes, no sufrirán problemas financieros en el futuro. Con buen promedio y con tendencia creciente se augura un futuro rentable y sin falencias financieras, siendo vistas con credibilidad y confianza por los inversionistas nacionales y extranjeros. El resultado me servirá como referencia, porque es esta investigación busca demostrar la Rentabilidad en el sistema bursátil de la compañía ALICORP S.A.A.

Bautista y Castro(2017) PLAN ALICORP, manifiesta la solidez de ALICORP SAA en el sector de consumo masivo.

“Diversas firmas que analizan y proponen información financiera bursátil han calificado a Alicorp como una de las mejores empresas para invertir del sector de consumo masivo.”

Después de ver reflejado el rendimiento en sus estados financieros de ALICORP SAA, de los primeros 3 meses del año 2017. Las diversas compañías que analizan la conducta de las entidades en el mercado bursátil, la ponen o catalogan como una de las más sólidas y confiables del sector de consumo masivo para poder invertir. Los expertos también analizaron el precio de sus acciones del año 2012 al 2016 para su acreditación de la solidez de la entidad. En los 5 años evaluados solo hay resultados positivos,

El año 2014 fue el menos productivo solo con 0.20% de utilidad por valor negociado, esto surgió a consecuencia de los daños cambiarios, debido a la fuerte demanda del trigo extranjero(materia prima esencial para sus principales producto) que representa el 60% de sus ventas. El año más rentable fue el 2012 con 5.09% de utilidad por acción, los otros años alcanzaron buenos porcentajes de ganancia 2013(4.10%), 2015(3.18%), pero con tendencia a la baja, debido al riesgo cambiario y a la repartición de dividendos, es mal vista por los inversores; por que disminuye su capacidad de desarrollo y después su valor de sus acciones . 2016(4.84%) logro mejorar, gracias a la estabilización del precio del dólar y la capacidad y plan de negocio de expansión en territorio nacional y extranjero, le dan un mayor prestigio y solidez en el mercado.

Bautista y Castro (2017) PLAN ALICORP, manifiestan lo siguiente:

“ En línea con la ralentización del crecimiento económico del Perú, se observa que el sector de consumo masivo ha disminuido su crecimiento en los últimos dos años; a pesar de ello, Alicorp, en el 2016, registró un crecimiento significativo en sus ventas.”

La inclemencia y azote de la naturaleza al país debilitó la economía de todos los peruanos, afectando el poder adquisitivo de las familias y por ende disminuyeron los ingresos del grupo de empresas, que conforman consumo masivo Peruano. ALICORP SAA a pesar de dificultades del fenómeno la corriente del Niño pudo mantenerse y tener un pequeño aumento en sus ventas, en comparación con el año anterior(2015), se debió principalmente por el plan estratégico de seguir creciendo, con innovaciones de nuevos productos y monopolizar el mercado donde sus propias marcas compitan entre ellas. Ejemplo es su variedad de marcas de fideos, en el 2019 ha monopolizado los artículos de aseo de hogar, con la adquisición INTRADEVCO y manejando casi por completo el rubro.

2.3. DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE TÉRMINOS:

Mercado de Valores: Es un sistema donde se negocia de manera directa entidades que obtienen bienes, los capitalistas dirigen sus capital a un mercado ordenado, donde tienen mucha posibilidad de obtener solvencia corriente y no corriente.

Bolsa de Valores: Es una plaza estructurada que ayuda a la emisión de títulos valores, donde de las entidades públicas o privadas y personas puedan captar o invertir recursos. La bolsa es pieza clave del mercado financiero, donde su función principal es dirigir o encausar al ahorrista hacia la inversión.

Nivel de riesgo: Es el número de posibilidades que posee una determinación de venta o compra, donde obtenga resultados de rentabilidad o pérdida. Se encuentra vinculado a la aversión o disposición al riesgo quien determine el acto inversión o ahorro, se podría sintetizar como, a más decisiones de riesgo o peligro compromete considerablemente al mismo.

Mercado de Capitales: Es el lugar donde se venden bienes cambiantes ejemplo de ello son las acciones y pasivos no corrientes que son como ejemplo tenemos a los bonos, trabajan de forma ordenada en un mercado estructurado, que es conocido como el Mercado de valores, tenemos una herramienta que dirige por completo las negociaciones que es la Bolsa de Valores.

Liquidez: Es la disposición de un bien que se puede transformar en efectivo en un tiempo muy corto sin reducir su valor, también para atender su pasivo corriente.

Estructura de Capital: Es la Fusión del pasivo no corriente y estrategias de la entidad para financiar sus proyectos existentes. Planes, acciones que busquen utilidades con pocos riesgos, buscando el incremento del valor de los bienes.

Solvencia: Es el desenvolvimiento o destreza de una compañía enfrente el cumplimiento de sus sus pasivos o obligaciones de corto plazo(corrientes).

Los Ratios: Son los instrumentos que utilizan los Gerentes Financieros en el mundo para evaluar la condición de su entidad. Con la evaluación de ratios se puede conocer si se ha administrado bien o mal una empresa, se pueden realizar pronósticos financieros correctamente estructurados mejorando en la toma de decisiones.

Agentes de Bolsa: Son los agentes de negociación, como sociedades intermediarias su trabajo es la negociación de Valores en Bolsa de Valores de Lima; según base legal DL.0861 ART.167

Estrategia Bursátil: Es la agrupación de funciones planeadas, ideados y organizados vinculados a la Bolsa de Valores; clasificación, índices y maniobras, con una estrategia de acciones planificadas y movimientos que tienen como objetivo aumentar el valor de las acciones, bonos y otros bienes.

Acciones: Son los títulos valores que simbolizan un porcentaje del capital de una compañía. Le confiere al inversionista el derecho de intervenir en la pertenencia de la entidad emisora.

Mercado primario: Es cuando una empresa genera o emite títulos valores por primera vez, esa primera negociación o venta realizada. Se le denomina el

mercado primario, o cuando la entidad emisora logra captar el financiamiento para concretar sus objetivos o proyectos.

Mercado Secundario: Es la acción de un inversionista, dueño de acciones que busca generar rentabilidad; tiene libre disponibilidad de negociar y traspasar sus títulos valores.

Acciones Comunes: Es cuando el propietario tiene beneficios de la utilidad de la empresa, voto en junta de accionistas y derecho de registrarse en la emisión de nuevos títulos valore.

Acciones Preferentes: Se le confieren derechos exclusivos, como tener pagos superiores de utilidades o cuando se liquida un entidad son los primeros en ser retribuidos.

Acciones de Inversión: EL inversionista tiene derecho de cobrar utilidades, pero no tiene intervención en la junta de accionistas. Fue creada con fin de brindar intervención, en el patrimonio de la compañía a los trabajadores. Singularidad que fue enmendada en el quinto mes del año 2006 de emite y publica la Ley 28739.

El Modelo Z de Altman: Este método que sirve para evaluar el futuro de las compañías que comercializan en Bolsa de Valores. Sirve como guía a los inversionistas y puedan direccionar sus capitales a las mejores opciones reduciendo riesgos. Es utilizado en algunos países de Europa. En el año 2014, decidieron evaluar a Bolsa Valores de Lima; para su muestra toman nueve empresas peruanas con mayores negociaciones o comercializaciones Bursátiles.

Frecuencia de negociación: Es la cantidad de veces que un título valor fue cotizado, promediándolo con los números de días de un periodo:

Utilidad por Acción: Es conocido como EPS por sus siglas en inglés(earnings per share), Es el rendimiento o lucro por valor cotizado, sirve para evaluar el grado de rentabilidad de una entidad.

Razón precio Utilidad: Es conocido como PER por sus siglas en inglés(Price earnings ratio), es una herramienta que se utiliza para estudiar el valor de una acción y lograr diagnosticar si un título valor está muy por encima de su precio real o por debajo del mismo.

Beta: Se emplea para evaluar el grado o tamaño de riesgo de un título valor y se usa para medir la variabilidad de un grupo de ofertantes y demandantes.

Capitalización bursátil: Es el precio que el mercado estipula a todos los títulos valores, propaladas por una entidad registrada en Bolsa de Valores. Si se suma el total de las capitalizaciones bursátiles de todas las entidades registradas, ayuda a calcular o determinar el volumen de un Mercado de Valores

Democratización del Capital: Es el desarrollo por el cual los activos de una entidad se traspasa de forma íntegra o fragmentada a una determina cantidad de individuos que buscan intervenir. Pero no tienen obligación de mantener ningún vínculo con la entidad.

CAPITULO III

3. CONOCIMIENTO Y ESTUDIO DE LA ENTIDAD.

ALICORP S.A.A y subsidiarias es una de las empresas más grandes de continente, integrante de las grandes empresas del grupo Romero. Con Registro único de contribuyente 20100055237, con domicilio fiscal Av. Argentina Nro. 4793 Urb. Parque industrial, distrito Carmen de la Legua Reynoso, Provincia constitucional del Callao, constituida con el número de partida electrónica 70267718. Es una compañía peruana que lidera el mercado nacional y tiene operación en varios países del continente americano (Argentina, Brasil, Bolivia, Colombia, Chile, Ecuador, Uruguay, Honduras y México) con cuatro líneas de negocio. Consumo masivo, son alimentos de primera necesidad, cuidado del hogar y personal. B2B componentes e insumos para el grupo de empresas industriales panificadoras y gastronómicas. Acuicultura comida para Salmon, camarón y pescados y Molienda aceites y harinas refinados se producen a base de las semillas de la soya y girasol. Es una empresa innovadora con más de 150 marcas propias.

Gráfico Nro. 1: Productos



Fuente Alicorp s.a.a

3.1 BREVE RESEÑA HISTÓRICA.

Se detallaran los acontecimientos más importantes, los cuales fueron de gran trascendencia en el crecimiento y desarrollo de Alicorp S.A.A..

En el año 1956 inicio sus operaciones, en su local situado en la provincia constitucional del Callao, con la empresa industrial ANDERSON, CLAYTON & CO, fabricante de aceites y jabones.

En el año 1971, el grupo romero compra a la empresa Anderson Clayton & co, con la adquisición de la entidad fabricante de aceites y grasas de consumo humano, cambia su denominación social a Compañía Industrial Perú Pacifico(CIPPSA).

En el año 1990, se une a las empresas Grupo Romero s.a. y Oleaginosas Pisco S.A.

En el año 1995, cambia su denominación social ha Consorcio de Alimentos Fabril Pacífico, por la adquisición de las compañías La Fabril S.A. y Consorcio Distribuidor S.A.

En el año 1996 continua con su política de crecimiento al unirse a Molinera del Perú y Nicolini. Con sus nuevas adquisiciones logro aumentar su producción de cereales, harinas, alimentos balanceados y fideos.

En el año 1997 aparece con su nueva Razón social Alicorp S.A.A. con la consolidación y fortalecimiento de todos sus líneas de negocios

En el año 2004 adquieren(Fusión) a la entidad Lamborghini(Alimentan S.A)

En el año 2005 comienza su internacionalización con el inicio de operación en Ecuador con la entidad Agassycorp S.A.. en el Perú continua adquiriendo empresas al sumar a Pacocha S.A. de reconocidas marcas de jabón(Marsella) y detergentes(Amigo y Opal).

En el año 2008 comienza su plan de crecimiento y desarrollo en América del sur con inicio de operaciones en Colombia y Argentina. En el país cafetero se estrena en la comercialización y venta de artículos de cuidado personal. En el país de Maradona compra la compañía The Value Brand Company, compañía emblemática en artículos del cuidado del hogar y personal

En el Año 2010 su plan de crecimiento y desarrollo en Argentina adquiere a Okebon emblemático fabricante de galletas.

En el 2012 llega al país de Chile, inicia el comercio de alimentos para salmones y peses con la empresa Salmofood. En nuestro país adquiere la compañía Sayón.

En el 2013 continua con su plan de crecimiento en el país del samba(Brasil), compra la entidad Pastificio, reconocida marca del estado Minas Gerais, del rubro de consumo masivo. En nuestros país continua con su fortalecimiento y desarrollo, compra Ucisa, Incalsa e Industrial Teal.

En el año 2014 compra a la compañía nacional Global Alimentos, reconocida y emblemática, por su fabricación de cereales Ángel. Continuando con el crecimiento y fortalecimiento del rubro Acuicultura se convierte en Vitapro, solida entidad en su rubro.

En el 2015 B2B se transforma en Alicorp Soluciones e inicia actividades MasterBread, su producción principal es la ofrecer producto para pan congelado.

En el año 2018 llega al país de Evo Morales(Bolivia), con la adquisición de las empresas Fino y Sao. Con esta adquisición suma la línea de negocio Molienda, de aceites y harinas refinados se producen a base de las semillas de la soya y girasol.

En el 2019 adquiere el Intradevco empresa nacional de productos de higiene personal y del hogar, con lo cual ha logrado monopolizar el rubro con sus diversas marcas reconocidas que compiten entre ellas.

Grafico nro. 2 resumen de su historia.



Fuente Alicorp s.a.a

3.2. DIRECTORIO Y EJECUTIVOS.

3.2.1 Directorio.

Alicorp s.a.a. cambia de directorio cada 3, En su reunión de Junta Anual de Accionistas, realizada el fecha 28 de marzo de 2019, se eligió a los siguientes miembros del directorio para el período marzo 2019 a marzo 2022 liderada por Sr. Dionisio Romero Paloetti

Tabla Nro. 1 Estructura del Directorio

| Período: Mar2019 - Mar2022 | |
|--|----------------------------------|
| NOMBRE | CARGO |
| <i>Dionisio Romero Paoletti</i> | <i>PRESIDENTE DEL DIRECTORIO</i> |
| <i>Luis Enrique Romero Belismelis</i> | <i>VICEPRESIDENTE</i> |
| <i>Arístides de Macedo Murgel</i> | <i>DIRECTOR</i> |
| <i>Calixto Romero Guzmán</i> | <i>DIRECTOR</i> |
| <i>José Raimundo Morales Dasso</i> | <i>DIRECTOR</i> |
| <i>José Antonio Onrubia Holder</i> | <i>DIRECTOR</i> |
| <i>Marco Aurelio Peschiera Fernández</i> | <i>DIRECTOR</i> |
| <i>Juan Carlos Escudero Velando</i> | <i>DIRECTOR</i> |
| <i>Lieneke María Schol Calle</i> | <i>DIRECTOR INDEPENDIENTE</i> |

fuentes. Bolsa de Valores de Lima

3.2.2. Ejecutivos.

Se presenta a los principales ejecutivos de la empresa Alicorp. Son de líderes con gran visión de crecimiento y desarrollo.

Tabla Nro. 2 Principales Ejecutivos

| Ejecutivos | |
|-----------------------------------|---|
| NOMBRE | CARGO |
| <i>Alfredo Pérez Gubbins</i> | <i>Gerente General</i> |
| <i>Patricio Jaramillo Saá</i> | <i>Vicepresidente de Consumo Masivo Perú</i> |
| <i>Hugo Carrillo Goyoneche</i> | <i>Gerente General VITAPRO</i> |
| <i>Jose Cabrera Indacochea</i> | <i>Vicepresidente de Consumo Masivo Internacional</i> |
| <i>Stefan Stern Uralde</i> | <i>Vicepresidente de Alicorp Soluciones</i> |
| <i>Pedro Malo Rob</i> | <i>Vicepresidente de Estrategia Corporativa y Digital</i> |
| <i>Jaime Butrich Velayos</i> | <i>Vicepresidente Corporativo de Supply Chain</i> |
| <i>Paola Ruchman Lazo</i> | <i>Vicepresidente Corporativo de Recursos Humanos</i> |
| <i>Luis Estrada Rondon</i> | <i>Vicepresidente Corporativo de Materias Primas</i> |
| <i>Magdalena Morales Valentín</i> | <i>Vicepresidente de Asuntos Corporativos</i> |
| <i>Juan Moreyra Marrou</i> | <i>Vicepresidente Corporativo de Finanzas</i> |

fuentes. Alicorp 2020

3.2.3 Pilares Estratégicos.

Alicorp s.a.a., su desarrollo y crecimiento es en base a sus tres pilares estratégicos. Es la fuerza y lucha para poder mantener su prestigio y calidad con el cambiante y exigente mercado nacional e Internacional.

- Crecimiento: Siempre con la mentalidad de ser número 1, de cada negocio o producto que comercialice. Estar por encima de sus competidores, siempre con la obligación de desarrollo y crecimiento sostenido.
- Eficiencia: Impregnar la cultura de eficiencia en toda la organización.
- Gente: Creen en su capacidad y los Capacitan para el crecimiento de sus habilidades, con la finalidad de hacer llegar la cultura Alicorp en cada lugar con presencia de la empresa.

Gráfico Nro. 3 : Pilares Estratégicos.



Fuente Alicorp 2020

3.2.4 Buen Gobierno Corporativo.

Es una entidad muy involucrada en el crecimiento, desarrollo y acogimiento de regímenes, normas y reglas permitiéndoles producir la máxima utilidad para sus capitalistas, usuario, trabajadores y todo aquel que tenga interés. Una de sus principales metas, es el progreso y perfeccionamiento constante en los ejercicios de Buen Gobierno Corporativo como lo dispone el Código para las sociedades Peruanas, en año 2017 su buena dirección, desenvolvimiento y buenas prácticas fue escogida por décimo año seguido, integrando y formando parte del IBGC (índice de buen gobierno corporativo), es un indicador de gran reconocimiento, donde solo la integran las entidades más prestigiosas.

3.2.5 Accionariado.

Alicorp tiene un total de 847,191,731.008(desde el año 1995) acciones comunes y 7,388,470.00(desde el año 1985) de inversiones. Están listadas en Bolsa de Valores, Inscritas en el superintendencia del mercado de valores desde el año 2006.

Tabla Nro. 3. Accionariado.

| EMPRESA | % |
|---|----------------|
| <i>GRUPO ROMERO</i> | <i>49.00%</i> |
| <i>AFP INTEGRAL</i> | <i>11.89%</i> |
| <i>BIRMINGHAM MERCHANT S.A.</i> | <i>11.04%</i> |
| <i>PRIMA AFP</i> | <i>9.23%</i> |
| <i>PROFUTURO AFP</i> | <i>7.93%</i> |
| <i>GRUPO PIURANO DE INVERSIONES S.A</i> | <i>7.79%</i> |
| <i>OTROS ACCIONISTAS</i> | <i>3.12%</i> |
| <i>TOTAL</i> | <i>100.00%</i> |

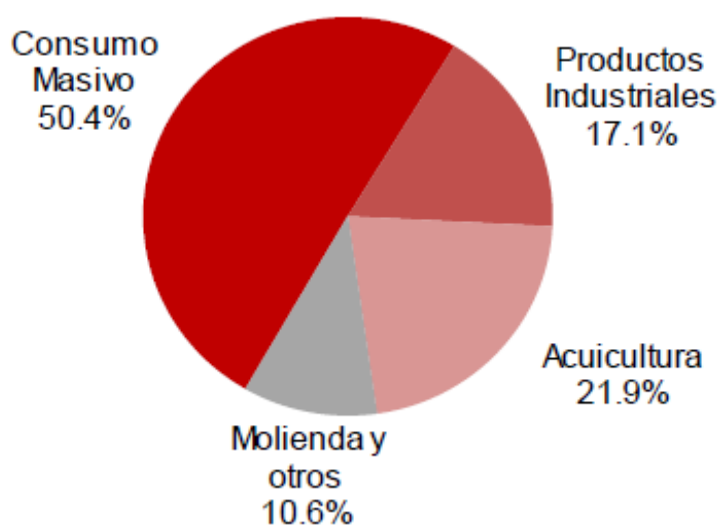
Fuente Alicorp/Elaboración propia

3.2.6 Divisiones de Negocio.

La empresa canaliza sus ventas a través de 4 divisiones de negocio. Tiene presencia en 35 países de forma directa e indirecta. Directa con sus empresas en diversos países, Indirecta con sus exportaciones.

En el año 2019(3,129,230.00) sus ventas superaron en 661,159.00 toneladas al periodo 2018(2,468,0719.00) a causa de las compras en Bolivia y Perú.

Grafica Nro. 4. Ingresos por línea de Negocio



Fuente Alicorp s.a.a.

- Consumo Masivo: producción de alimentos cuidado personal y el hogar, representa el 51% del total de sus ventas. El mercado peruano es su mayor fuerza de venta con el 66%, seguido de Bolivia con el 12 %. La conforman conocidas marcas de aceites de uso doméstico, artículos de lavandería, pasta salsas, galletas, y cuidado personal. En esta división en el mercado nacional se realiza segmentación, para poder aplicar tácticas o estrategias de precios, con el propósito de llegar a toda la población. Clasificados en Económico, Estándar y Premium.
- B2B: productos industriales de panadería, representa el 17% del total de sus ventas. Casi el total de sus ventas(97%) de este segmento es el mercado nacional, a través de reconocidas y destacadas marcas de harina industriales, mantecas, margarinas y salsas.
- Acuicultura: comida salmónes peces y camarones, representa el 22% de sus ventas totales. El mercado ecuatoriano y chileno son la mayor fuerza venta con el 60% y 27%, a través de reconocidas marcas como Nicovita, Salmon Food y Care Blocks.
- Molienda: su producción es de aceites, en base al procesamiento de semillas de girasol y soya, representa el 10% del total de sus Ventas. Su mayor fuerza de venta, es el mercado peruano seguido del ecuatoriano y hondureño con 39%, 25% y 20% respectivamente a través de sus marcas Fino y Sao.

Gráfico nro. 5: Divisiones de Negocio

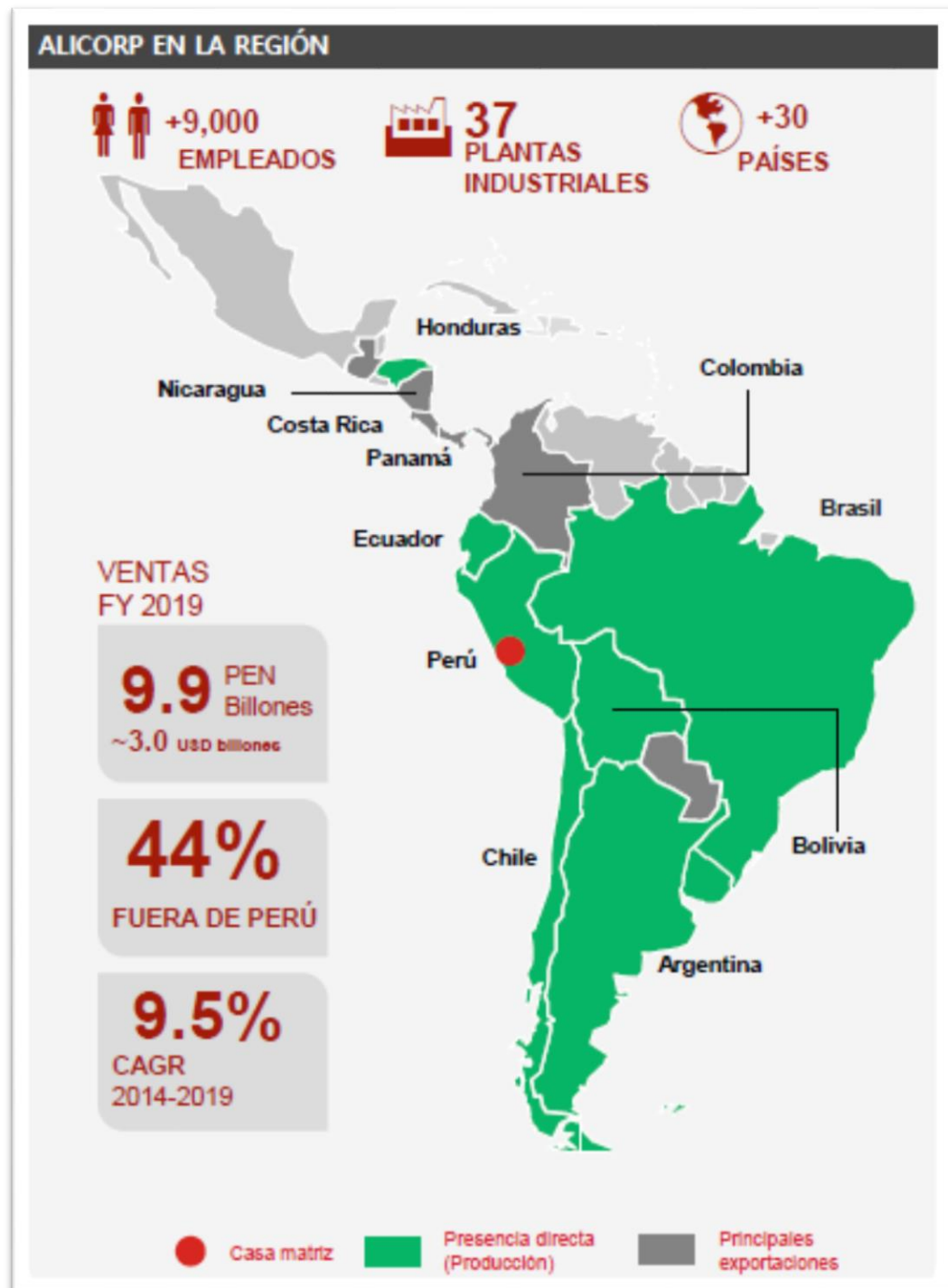


Fuente Alicorp 2020

3.2.7 Expansión Geográfica.

Su presencia geográfica en América y el mundo, llega a más de 30 países. Cuenta con más de nueve mil empleados y 37 plantas. En el año 2019 sus ventas alcanzaron 9.9 billones de soles. Sus ventas en el mercado nacional representa el 56% e Internacional el 44%, a través de sus exportaciones se canalizan ventas a Estados Unidos, china y países de Europa.

Gráfico Nro. 6. Expansión Geográfica.



Fuente Alicorp 2020

3.2.8 Subsidiarias.

Alicorp tiene compañías en varios países del continente americano, casi en el total de las empresas tiene el total de las acciones. Seguidamente detallo las empresas.

Tabla Nro. 4. Subsidiarias

| País de constitución Operativa: | Nombre | % |
|---------------------------------|---------------------------------------|-----|
| Argentina | Alicorp Argentina S.C.A. | 100 |
| Argentina | Pastas Especiales S.A. | 100 |
| Argentina | Sanford S.A.C.I.F.I y Alicorp Group | 100 |
| Bolivia | Industrias de Aceite S.A. (c, d) | 100 |
| Brasil | Pastificio Santa Amalia S.A. | 100 |
| Chile | Vitapro Chile S.A. | 100 |
| Colombia | Alicorp Colombia S.A. | 100 |
| Ecuador | Alicorp Ecuador S.A. | 100 |
| Ecuador | Inbalnor S.A. | 75 |
| Ecuador | Vitapro Ecuador Cía. Ltda. | 100 |
| Honduras | Alicorp Honduras S.A. | 100 |
| Honduras | Vitapro Honduras S.A. de C.F. | 100 |
| México | Nicovita México S.A. de C.V. | 100 |
| Perú | Global Alimentos S.A.C. | 100 |
| Perú | Industrias Teal S.A. | 99 |
| Perú | Masterbread S.A. (b) | 100 |
| Perú | Prooriente S.A. | 100 |
| Perú | R. Trading S.A. | 100 |
| Perú | Vitapro S.A. | 100 |
| Perú | Intradevco Industrial S.A. (a) | 100 |
| Uruguay | Atlantis S.A. (a) | 100 |
| Uruguay | Alicorp Uruguay S.R.L. | 100 |
| Argentina | TVBC S.C.A. | 100 |
| España | Alicorp Holdco España S.L. | 100 |
| España | Global Cassini S.L. | 100 |
| Islas Vírgenes Británicas | Downford Corporation | 100 |
| Islas Vírgenes Británicas | Tecnología Aplicada S.A. (a) | 100 |
| Perú | Cernical Group S.A. ver nota 12 (a.2) | 100 |
| Perú | Alicorp Inversiones S.A. (a,b) | 100 |

Fuente Alicorp S.A.A.

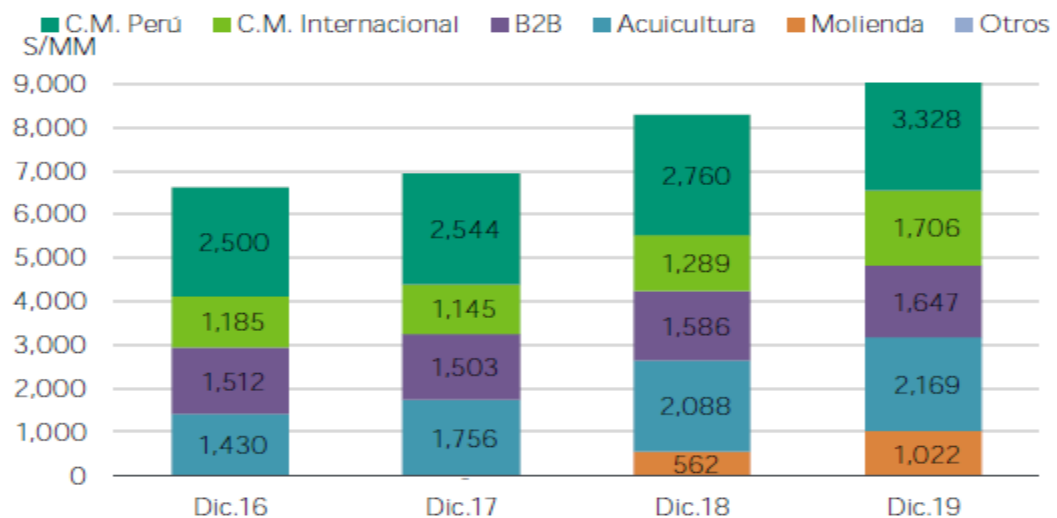
3.3 Análisis Financiero:

El análisis financiero se realizara a Alicorp y subsidiarias, ventas nacional e internacional, para tener una análisis global de toda la empresa. Seguir paso a paso su evolución y crecimiento o detectar falencias. La inversión se vea reflejada en crecimiento sostenido.

3.3.1 Alicorp s.a.a. y Subsidiarias.

En el año 2019 sus ventas totales alcanzaron 9,872 millones, número mayor en 19.10% puntos porcentuales en comparación con el periodo 2018 (8,288 millones). En el 2018 creció en 19.27% respecto al año anterior, manteniendo un alto índice de crecimiento en ventas en los últimos 2 años debido a las adquisición de empresas. Se alcanzo una utilidad bruta de S/ 2,452 millones, 19.75% superiores del año 2018. Los activos consolidados de Alicorp es de S/ 11,242 millones, teniendo un crecimiento superior en 16.67 % al año 2018. A causa del aumento del activo corriente, por el incremento de cuentas por cobrar e inventarios y el activo no corriente los incremento más resaltantes fue en propiedad planta y equipo y los activos Intangible y Al finalizar el periodo 2019, la entidad logro utilidad neta de 481 millones de soles, doblando(superando) al año 2018 en 36 millones.

Gráfico Nro.7 Ingresos por Negocio.



Fuente Alicorp.

En el 2018 adquirió por intermedio de sus subsidiarias (Holdco Bolivia Inversiones S.A., Alicorp Inversiones S.A. y Alicorp Holdco España S.L.) adquirió por 293 millones de Dólares Americanos el total de sus acciones (100%) de Industrias de Aceite S.A. y Global Cassini S.L.. También compro las acciones de 3 entidades propietarias de Sociedad Aceitera del Oriente S.R.L. por 115 millones de Dólares Americanos. Estas adquisiciones significaron el gran crecimiento del periodo, en sus ventas y logro sumar una nueva división de negocio(Molienda)

En el año 2019, de forma directa compro el total de acciones comunes de la compañía Intradevco Industrial s.a. y Intradevco s.a. empresas peruanas y de forma indirecta con la Adquisición de Intradevco Industrial s.a.. logro adueñarse del total de los títulos valores de la empresa uruguaya Atlantis s.a.. la adquisición total significo la suma de 490 millones de Dólares Americanos, la mayor Inversión en toda su historia.

3.4. Ratios.

3.4.1 Ratios de Liquidez.

Liquidez es sinónimo de fluidez, entonces podemos decir que es la velocidad de los activos en llegar a transformarse en dinero efectivo. Estos resultados evalúan la disposición de la entidad en satisfacer sus cuentas por pagar a corto plazo.

Tabla Nro. 5. Índices de Liquidez

| RATIOS DE LIQUIDEZ | | | | |
|-------------------------|-----------|---------|---------|---------|
| RATIO | 2019 | 2018 | 2017 | 2016 |
| Relación corriente | 1.30 | 1.32 | 1.16 | 1.25 |
| Capital de trabajo Neto | 1,028,264 | 984,170 | 465,754 | 438,743 |
| Razón o prueba Acida | 0.83 | 0.85 | 0.85 | 0.81 |
| Liquidez absoluta | 0.24 | 0.33 | 0.37 | 0.15 |

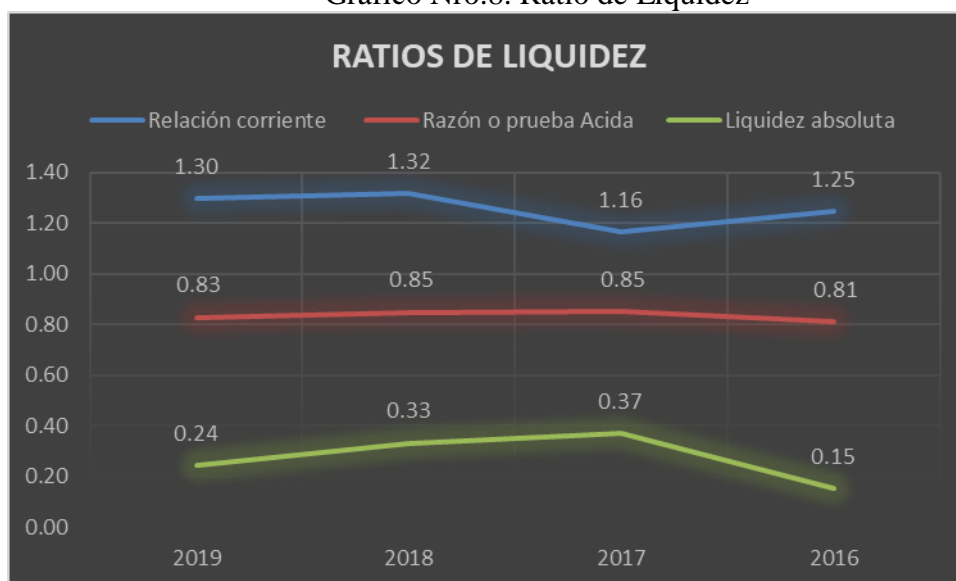
Fuente Alicorp/Elaboración propia.

Relación corriente: Sus activos corriente en el año 2018 y 2019 se han incrementado en 20% y 9% respectivamente, debido a sus grandes adquisiciones en Bolivia, Perú y Uruguay, incremento que se refleja básicamente en Inventarios y cuentas por cobrar. Es por el motivo antes mencionado se refleja en el índice del año 2018 se incrementó a 1.32 en comparación del año 2017(1.16). En el año 2019(1.30) no logro aumentar pero se mantuvo por el incremento de sus cuentas por pagar a proveedores y personal que asumieron al adquirir las empresas.

Capital de Trabajo: Se mantiene sólido debido al incremento de sus activos corrientes, debido a sus adquisiciones y su crecimiento en diversificación de productos.

Prueba Acida: En el 2018 se mantiene en 0.85 en relación al periodo 2017, pero en el 2019 la capacidad de pago por cada sol de deuda se reduce a 0.85 soles. Debido a la gran tamaño de sus inventarios e incremento en sus cuentas por pagar a corto plazo.

Gráfico Nro.8. Ratio de Liquidez



Fuente Alicorp/elaboración propia.

Liquidez absoluta: representa lo que en realidad se tiene dinero en efectivo para cumplir sus obligaciones de corto plazo. En el año 2019, 0.24 soles por cada sol de deuda a corto plazo, muestra una disminución en relación al año 2018 (0.33) debido a los gastos que incurrieron en la adquisición de las empresas.

3.4.2 Ratios de Solvencia.

Este indicador financiero nos sirve para evaluar el grado de inversión propia e inversión de tercero.

Tabla Nro. 6. Índice de solvencia.

| RATIOS DE SOLVENCIA | | | | |
|--------------------------|------|------|------|------|
| RATIO | 2019 | 2018 | 2017 | 2016 |
| Grado de endeudamiento % | 69% | 66% | 59% | 58% |
| Grado de Propiedad | 31% | 34% | 27% | 29% |
| Deuda patrimonio | 225% | 191% | 219% | 197% |
| Estructura de deuda | 44% | 51% | 67% | 50% |

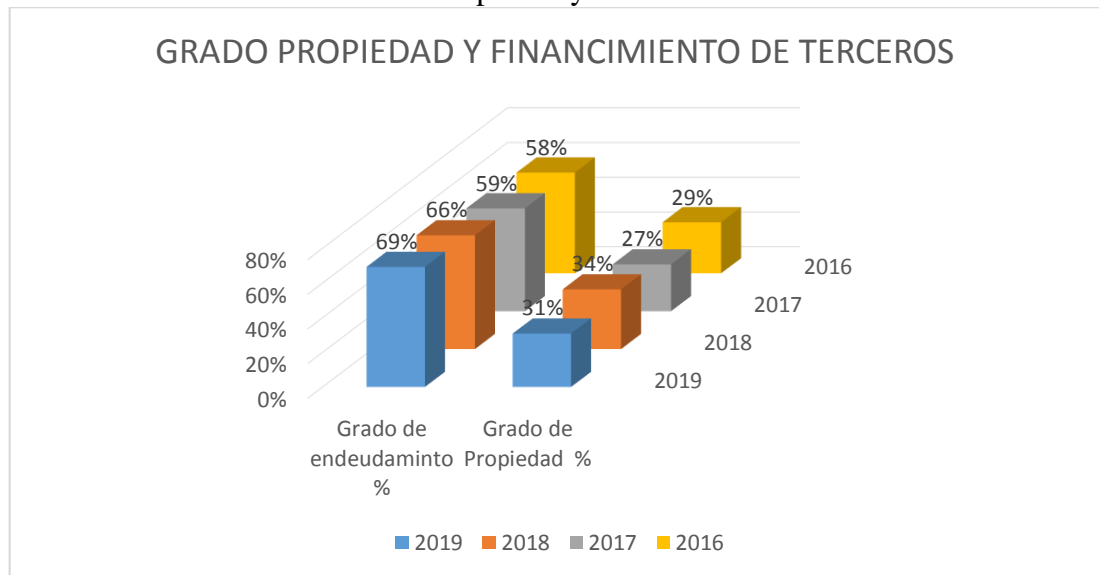
Fuente Alicorp/elaboración propia.

Grado de Deuda: Alicorp financia sus activos básicamente con terceros que representa el 69% y 66% de los años 2019 y 2018 respectivamente, su claro incremento en comparación con el año 2017(59%). Se debió a la emisión de bonos corporativos por 219,790, 000.00 en el año 2018. El 2019 emitió bonos por 1,640,000,000.00 millones de soles, lo pagaran en 3 armadas de importes iguales. El primero vence en el año 2025, el segundo en año 2026 y el tercero en el año 2027; a una tasa de interés de 6.875% . Se emitieron bonos para financiamiento de obligaciones a mediano plazo, para la compra de Intradevco.

Grado de propiedad: su patrimonio se ha incrementado a 3,458 millones y 3, 224 millones en el año 2019 y 2018 respectivamente debido a la a los resultados

acumulados de varios años . En el año 2018 se su índice de incremento subió de a 34% en relación al año 2017(27%), pero en el 2019 bajo 31% debido a las adquisiciones, que fueron financiadas por terceros.

Gráfico Nro.9 Grado de Propiedad y Financiamiento de Terceros.



Fuente Alicorp/elaboración propia.

Grado de Patrimonio: Su deuda de patrimonio se incrementó de 191%(2018) a 225%, en el 2019 debido al incremento del activo, siendo específicos deuda financiera por emisión de bonos.

Estructura de Deuda: Mide el porcentaje de deuda a corto y largo plazo. Su índice se redujo de 51% en el 2018 a 44% en el 2019, debió a la refinanciación de deudas de corto plazo a deuda de largos plazo con las emisiones de bonos que vencen a partir del año 2025.

3.4.3 Ratios de Rentabilidad:

Los ratios de rentabilidad, resultados que buscan determinar si la entidad evaluada es rentable o no, para la toma de decisiones. Tienen como objetivo mostrar al accionista si son capaces de retribuir sus obligaciones y obtener utilidad. En los 2 últimos años sus ventas de ALICORP se incrementaron en 16% en cada año. En el 2019 su incremento se debió gracias a la adquisición de Intradevco que le significo el 13% de la variación , sin incluir a la empresa mencionada; su crecimiento solo hubiera sido de 3%. Fomentado básicamente por la venta de pastas, galletas, salsas, conservas y detergentes.

Sus costos de ventas en el año 2019 aumentaron en un numero(15.9%), en comparación al año anterior(2018 19.20%), como consecuencia de la adquisición de empresas, estrategias de negocios en B2B, disminución en los costos de aceites.

Tabla Nro. 7. Índices de Rentabilidad

| RATIOS DE RENTABILIDAD | | | | |
|--------------------------------------|-----------|-----------|---------|---------|
| | 2019 | 2018 | 2017 | 2016 |
| | | | | |
| Rentabilidad Ut. Bruta % | 25% | 25% | 27% | 30% |
| | | | | |
| Rentabilidad Ut. Operacional % | 10% | 10% | 11% | 10% |
| | | | | |
| Rentabilidad de Ut Neta % | 5% | 5% | 6% | 5% |
| | | | | |
| Rentabilidad de la Inversión (ROE) % | 56% | 52% | 53% | 35% |
| | | | | |
| Rentabilidad de los activos (ROA)% | 29% | 31% | 40% | 32% |
| | | | | |
| EBIDTA | 1,295,033 | 1,035,715 | 907,386 | 805,722 |

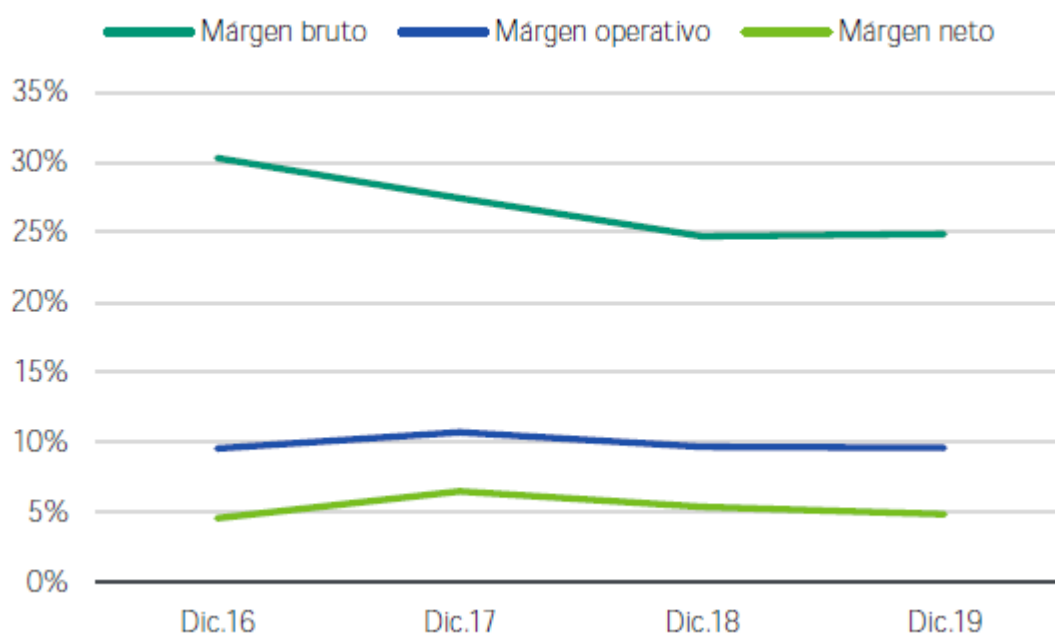
Fuente Alicorp/Elaboración propia

Rentabilidad de la Utilidad Bruta: La ALICORP S.A.A. Y subsidiarias desde el año 2018 y 2019 presenta un indicador de 25% su utilidad bruta se ha mantenido durante estos 2 últimos años, esto indica que la entidad tiene fondos para invertir, acumular o pagar obligaciones. Logro aumentar sus ventas y en un menor porcentaje los costos de ventas 15.89% en el 2019 comparado con el 19.20 del 2018, generado por medidas y ejecuciones de mejoras en el negocio y la disminución de precios de materia prima.

Rentabilidad de la utilidad Operacional: La entidad en el año 2018 y 2019 se ha mantenido con una rentabilidad de 10%, no logro mejorar el ultimo año debido al incremento de gastos de administración y ventas (pago de subordinados y servicios) generados por la compra de Intradevco. También por el aumento incremento de las obligaciones financieras, a causa de incremento de sus obligaciones.

Rentabilidad de la utilidad Neta: Los números muestran que la entidad ha tenido un leve incremento de 4.87% en el 2018 a 5.37% en el año 2019, representan una diferencia de 36 millones de soles en el año 2019 respecto al año anterior

Grafica Nro.10. Márgenes de Rentabilidad.



Fuente Alicorp s.a.a

Rentabilidad de la Inversión. El indicador muestra que la entidad periodo tras periodo tiene un índice rentable, debido al aumento de la utilidad. También manifiesta que el dinero de los accionistas se está invirtiendo de una manera correcta y sin fuera de riesgo; lo cual genera que los accionistas satisfacción y seguridad de sus inversionistas.

Rentabilidad de los Activos (ROA): La rentabilidad de los activos disminuyeron de 31% en el 2018 a 29% en el 2019, ocasionada por la compra de Intradevco, ocasiono un mayor incremento de activos no corrientes y corrientes principalmente en cuentas por cobrar, Inventarios, maquinaria y equipo e Intangibles.

Grafica Nro.11 Rentabilidad de la Inversión y los Activos.



Fuente Alicorp s.a.a./Elaboración Propia

EBITDA: El índice muestra que la entidad es rentable y sostenida en los últimos años lo que refleja con el aumento a 1,295 millones en el año 2019 teniendo un incremento en 260 millones en comparación con el año 2018(1035 millones)

3.4.4 Ratio de Gestión.

Tabla Nro. 8 Índices de Gestión.

| RATIO | RATIOS DE GESTIÓN | | | |
|--------------------------|-------------------|------|------|------|
| | 2019 | 2018 | 2017 | 2016 |
| Rotación Ctas por Cobrar | 5.91 | 6.45 | 6.41 | 6.15 |
| Período de Cobro | 61 | 56 | 56 | 58 |
| Rotación de Inventarios | 5.09 | 7.05 | 6.06 | 5.16 |
| Período de inventario | 71 | 51 | 59 | 70 |
| Rotación Ctas por Pagar | 3.51 | 3.55 | 3.40 | 3.35 |
| Período de pago(DIAS) | 103 | 101 | 106 | 108 |
| Rotación de Activo | 0.96 | 1.01 | 1.05 | 1.07 |
| Ciclo Operativo | 132 | 107 | 116 | 128 |
| Ciclo del Efectivo(DIAS) | 29 | 5 | 10 | 21 |

Fuente Alicorp/Elaboración propia

Rotación de Cuentas por Cobrar: el índice muestra que la entidad hay ido disminuyendo su efectividad de cobro en proporción de sus ventas, de 6.45 veces en el 2018 disminuyo a 5.91 veces en el 2019, debido a la adquisición de Intradevco.

Periodo de Cobro. Los resultados que la entidad ah aumentado el periodo de cobro a cada 61 días en el año 2019, comparando en el 2018 que eran cada 56 días, fue generado por la adquisición de la cartera de clientes de Intradevco y mantenían periodos más largos de cobro.

Rotación de Inventarios: Los resultados muestran la disminución de los mismo, obteniendo el año 2019 5.09 veces al año comparado con el año 2018 que tenia 7.05 veces, generado por la compra de Intradevco, que manejan grandes cantidades de inventarios, afectando el índice de rotación.

Periodo de Inventario : Los restados indican que los inventarios se mueven cada 71 días en el año 2019, comparado con el año 2018 que eran cada 51 días. Debido a la compra de Intradevco.

Rotación de Cuentas por pagar: El resultado indica que la entidad en los últimos periodos paga 3.51 veces en el año 2019, comparado con el periodo anterior (2018 3.55 veces) su margen mejoro logrando obtener un mayor periodo de gracia con sus obligaciones.

Periodo de Pago: El resultado muestra que la entidad mejoro y tiene un periodo de gracia más prologando en sus obligaciones, que pasaron de 101 días en el año 2018 a 103 días en el año 2019. Su periodo de gracia es de 42 días en el año 2019.

Rotación de los activos: EL índice muestra que la rotación de sus activos es cada vez mas lento paso de 1.01 veces en el 2018 a 0.96 veces en el año 2019. El resultado manifiesta que los activos de la empresa rotan cada 375 días.

Ciclo Operativo: Los resultado indican que la entidad presenta un ciclo operativo, cada vez más extenso, paso a tener 132 días en el año 2019 comparado con el año 2018(107 días). Determinan las falencias y poca efectividad en cuentas por cobrar y de igual forma la prolongada rotación de sus inventarios. Pero gracias al periodo de gracias que tiene, comparando los días de cobro y pago; puede cumplir con sus obligaciones corrientes.

Ciclo del efectivo: La empresa ha llegado a conseguir un nivel de ciclo de efectivo óptimo, puesto que el plazo de pago a sus proveedores es mayor por 41 días respecto al plazo para realizar sus cobranzas en el 2019. Esto debido al incremento de gradual ocurrido en la ratio de Rotación de cuentas por pagar, año a año se evidencia un incremento

CAPITULO IV

4. ALICORP S.A.A EN EL MERCADO DE VALORES.

Sus Acciones de inversión fueron inscritas en la Bolsa de valores en el año 1985 y sus Acciones comunes en el año 1995. En la Superintendencia del Mercado de Valores, desde el año 2006. Teniendo un total de 881,580,201.00 acciones a un valor nominal de S/1.0 cada una.

Bonos corporativos emite constantemente de corto y largo plazo en nuestra bolsa de valores de Lima, al 31 de diciembre que las emitas en los años 2015, 2016 y 2018.

Tabla Nro. 9 Títulos en Bolsa de Valores de Lima

| EMPRESA | | | | | | | |
|----------------|--------------|------------|----------|--------------------|--------|----------------|------------|
| TIPO | ISIN | NEMONICO | GRUPO | TIPO | MONEDA | VALOR NOMINAL | TASA |
| ALICORP S.A.A. | | | | | | | |
| Renta Fija | PEP21400M064 | ALICO3BC2A | BONOS | CORPORATIVOS | Soles | 1,000.00000000 | 7.00000000 |
| Renta Fija | PEP21400M080 | ALICO3BC4A | BONOS | CORPORATIVOS | Soles | 1,000.00000000 | 7.81250000 |
| Renta Fija | PEP21400M106 | ALIC1DBC1A | BONOS | CORPORATIVOS | Soles | 1,000.00000000 | 6.50000000 |
| Renta Variable | PEP214001005 | ALICORC1 | ACCIONES | DE CAPITAL UNICA | Soles | 1.00000000 | -- |
| Renta Variable | PEP214005006 | ALICORI1 | ACCIONES | DE INVERSION UNICA | Soles | 1.00000000 | -- |

Fuente Bolsa de Valores de Lima.

Bonos emitidos en el Mercado Internacional, inscritos en la Superintendencia del mercado de Valores. 450 millones de Dólares americanos, a la fecha el saldo es de 62 millones de dólares. En el año 2019 se emitieron bonos por 1640 millones de soles.

| | | | | | |
|-----------------------------------|---------------|-------|--------|-----------|-----------|
| Senior Notes / Bono Internacional | Marzo de 2023 | US\$ | 3.875% | 205,853 | 205,853 |
| Senior Notes / Bono Internacional | Abril de 2027 | Soles | 6.875% | 1,622,515 | 1,622,515 |
| TOTAL | | | | | 1,828,368 |

Fuente Alicorp s.a.a

4.1 ACCIONES EN BOLSA DE VALORES.

Alicorp tiene un total de 847,191,731.008(desde el año 2001) acciones comunes y 7,388,470.00(desde el año 1980) de inversiones. Están listadas en Bolsa de Valores (1995) e Inscritas en el superintendencia del mercado de valores desde el año 2006.

| <i>TIPO DE ACCIONES</i> | <i>MONTO</i> | <i>SIMBOLO</i> | <i>ESTADO</i> |
|-------------------------|-----------------------|-----------------|-----------------------|
| <i>COMUNES</i> | <i>847,191,731.00</i> | <i>ALICORC1</i> | <i>EN CIRCULACION</i> |
| <i>INVERSIÓN</i> | <i>7,388,470.00</i> | <i>ALICORII</i> | <i>EN CIRCULACION</i> |

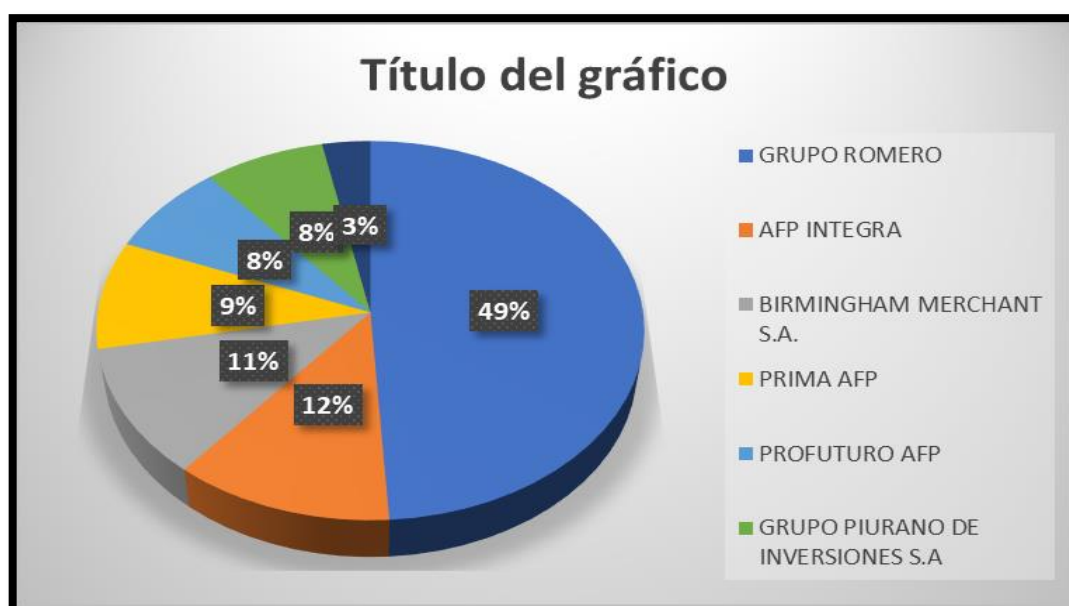
Fuente Alicorp 2020

4.1.1 Inversionistas (ALICORC1)

Alicorp tiene 847,191731.00 acciones comunes en la Bolsa de Valores de Lima, distribuida en los siguientes Inversionistas.

- Grupo Romero 49%
- AFP Integra 12%
- Birmingham Merchant s.a. 11%
- Prima AFP 9%
- Profuturo AFP 8%
- Grupo Piurano de Inversiones s.a. 8%
- Otros 3%

Gráfico Nro. 12. Accionariado

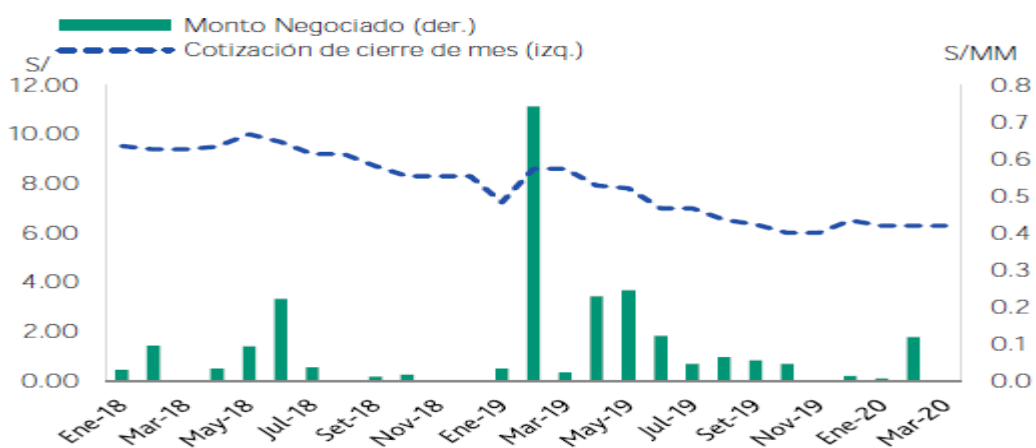


Fuente: Alicorp 2019

4.1.2 RENTABILIDAD DE ACCIONES DE INVERSION

Inscritas en el año 1980 en Bolsa de Valores de Lima, al 31 de diciembre del 2019 cuenta con 7,388,479 Acciones a un valor de 1 sol cada unidad. Son acciones que solo tienen beneficios económicos. Su valor del título de Inversión al 31 de diciembre de 2019 fue de S/6.50, indicando una disminución en su valor anual de -21.69%, respecto al año 2018(8.30 soles). Cierra el 2019 con una capitalización bursátil de 48 millones de soles.

Grafica Nro.13. Evolución de Valor de Acciones de Inversión.

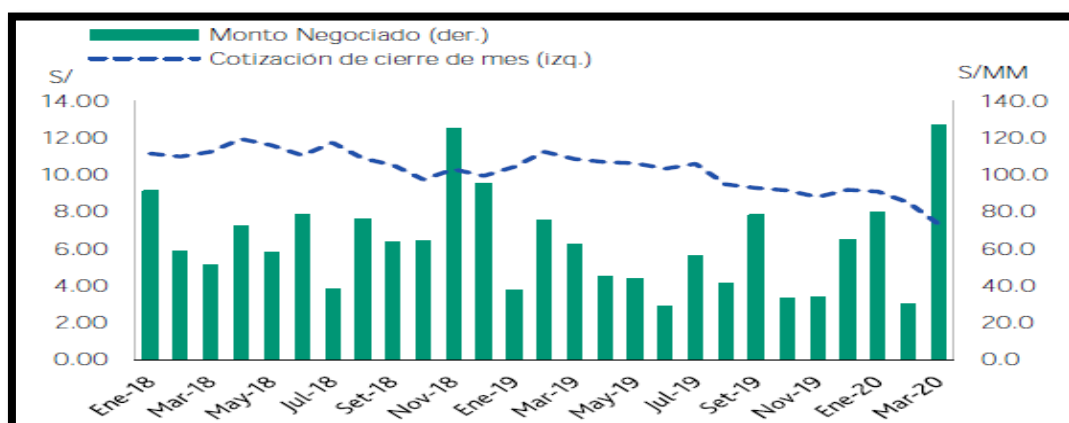


Fuente Alicorp s.a.a.

4.1.3 ACCIONES COMUNES.

Desde el año 1995 fueron inscritas en bolsa de valores de Lima en la actualidad mantiene un total de 847,191,731.00 acciones a un precio de 1 sol por unidad. El precio al 31 de diciembre del periodo 2019 fue de 9.20 soles, indicando una disminución de sus precios en 7.54 % comparado con el año 2018(9.95 soles. Afectado por incremento del precio de los Dólares americanos, debido a las grandes compras de materia prima (trigo) son en moneda extranjera.). al 31 de diciembre de 2019 obtuvo una capitalización bursátil de 7,794 millones soles. El precio al 24 de julio del 2020, se cotiza en 8.05 soles obteniendo una disminución de 12.5% de su precio comparado con el cierre al 31 de diciembre de 2019, a la fecha suma una capitalización bursátil de 6,819 millones de soles . Debido al incremento del precio del Dólar Americano, ocasionado por la pandemia del COVID19. Debido a su índices de negociaciones muy importantes y alcanzando altura próximas al 100%, le permite estar e integrar los índices bursátiles, sobresaliendo su aparición en Ishares MSCI All Peru Capped Index Fund EPU.

Grafica Nro.14. Evolución de Valor de Acciones Comunes.



4.1.4 Distribución de Dividendo en los últimos 10 años.

Su política de distribución se realizara de forma anual y no bajaran del 10% de sus utilidades, se acordara todos los años por los accionistas. En los últimos 10 periodos Alicorp S.A.A. ha distribuido dividendos por la suma de 1,198 millones, los años con mayor distribución fueron los dos últimos periodos(2018 y 2019), con 205 millones en ambos periodos. En junta de accionista en el año 2015 acordaron no repartir dividendos, para poder incrementar su saldo de caja; con el fin de afrontar las obligaciones de la entidad. Al cierre del 2019 suma un total 1.38 soles distribuidos por acción en los últimos 10 años. El reparto de dividendos fue sobre los 40% de las utilidades obtenidas.

Tabla Nro. 10 Reparto de Dividendos

| HISTORICO DE REPARTO DIVIDENDOS | | |
|---------------------------------|----------------------|---------------------|
| PERIODO | MONTO TOTAL S/ | MONTO POR ACCION S/ |
| 2010 | 110,000,000 | 0.11 |
| 2011 | 145,278,634 | 0.17 |
| 2012 | 162,370,238 | 0.19 |
| 2013 | 102,549,624 | 0.12 |
| 2014 | 102,549,624 | 0.12 |
| 2015 | 0 | 0 |
| 2016 | 46,147,331 | 0.05 |
| 2017 | 119,641,228 | 0.14 |
| 2018 | 205,099,248 | 0.24 |
| 2019 | 205,099,248 | 0.24 |
| TOTAL | 1,198,735,175 | 1.38 |

Fuente Alicorp s.a.a./ Elaboración propia.

En el periodo 2016 se repartió 46 millones de soles. El periodo 2017 y 2018 se repartió 119 millones y 205 millones de soles, son utilidades generadas en el año 2011. En reunión de accionistas del mes de marzo año 2019 decidieron el reparto de 205 millones de soles, utilidades generadas en el periodo 2011(53 millones) y 2012(152 millones). Fueron pagadas en el mes mayo de mismo año.

En miles de soles

| AÑO | 2019 | 2018 | 2017 | 2016 |
|-------------------------|-----------|-----------|---------|---------|
| Resultados acumulados | 2,415,276 | 1,874,236 | 665,730 | 529,182 |
| Utilidad Neta | 481,185 | 444,810 | 449,891 | 302,139 |
| Dividendos Distribuidos | 205,099 | 205,099 | 119,641 | 46,147 |

Fuente Alicorp s.a.a./elaboración propia

4.1.5 Utilidad por Acción, en los Últimos Cuatro Años.

Sus acciones de Inversión y Comunes obtuvieron rentabilidad de 0.56 soles por cada acción, en el año 2019 por acción, superando al año 2018(0.52) 0.04 soles.

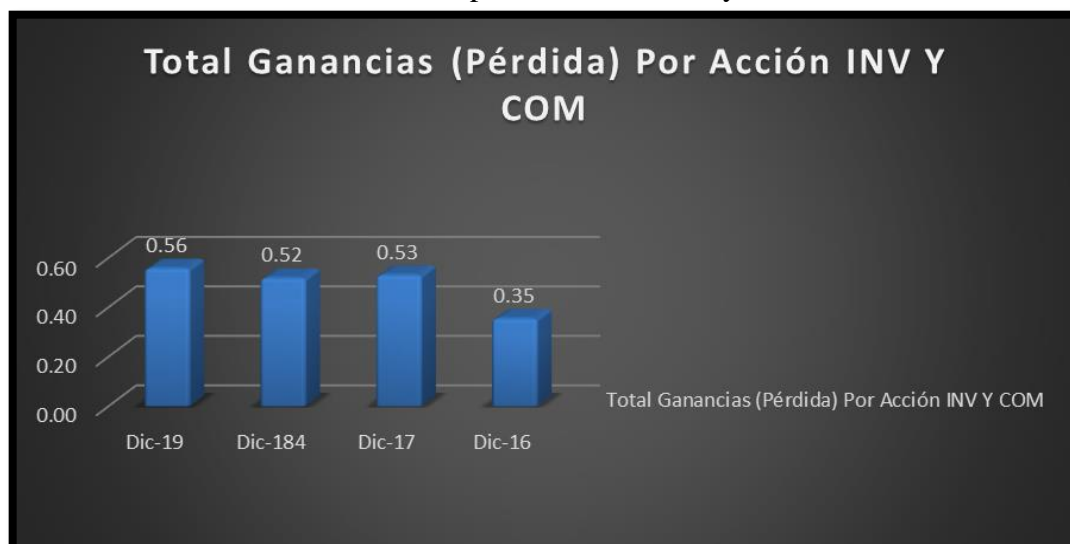
Debido al incremento de sus ventas, Debido a la adquisición de Intradevco y mejoras de en sus diferentes líneas de negocio que lograron mejorar sus márgenes de ventas.

| AÑO | 2019 | 2018 | 2017 | 2016 |
|---------------------|---------|---------|---------|---------|
| Capital emitido | 854,580 | 854,580 | 854,580 | 854,580 |
| Utilidad Neta | 481,185 | 444,810 | 449,891 | 302,139 |
| Utilidad por Accion | 0.56 | 0.52 | 0.53 | 0.35 |

Fuente Alicorp S.A.A.

La grafica nos muestra la utilidad por acción de ALICORP S.A.A en los últimos periodos fueron rentable gracias a sus políticas de expansión e innovación de productos.

Grafica Nro.15. Utilidad por acción Común y de Inversión.

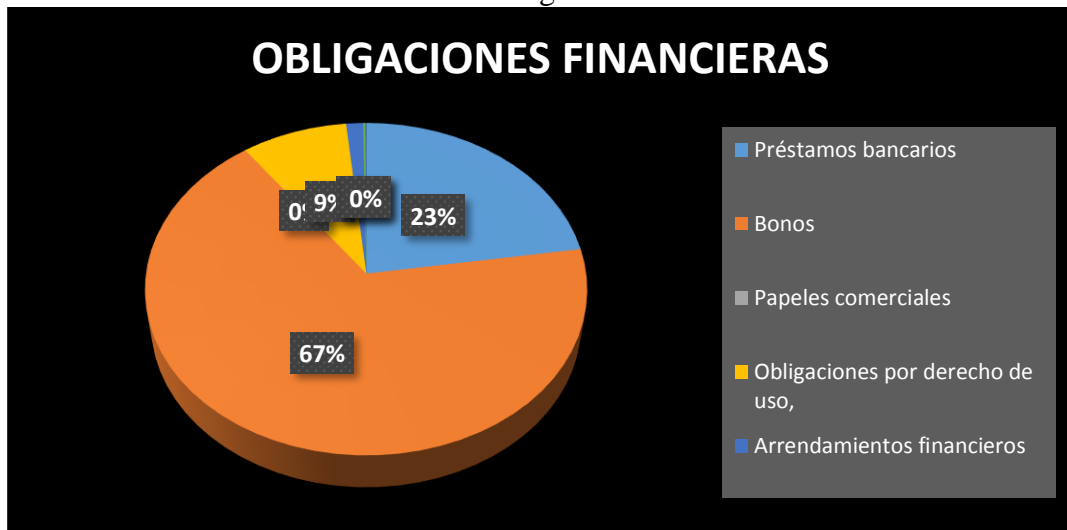


Fuente Alicorp s.a.a./Elaboración propia

4.2 BONOS

Alicorp es una entidad que utiliza el mercado de valores, para financiar sus proyectos o contar con capital de trabajo. Los capitales conseguidos en el mercado de valores representa el 67% tanto en el mercado nacional como internacional.

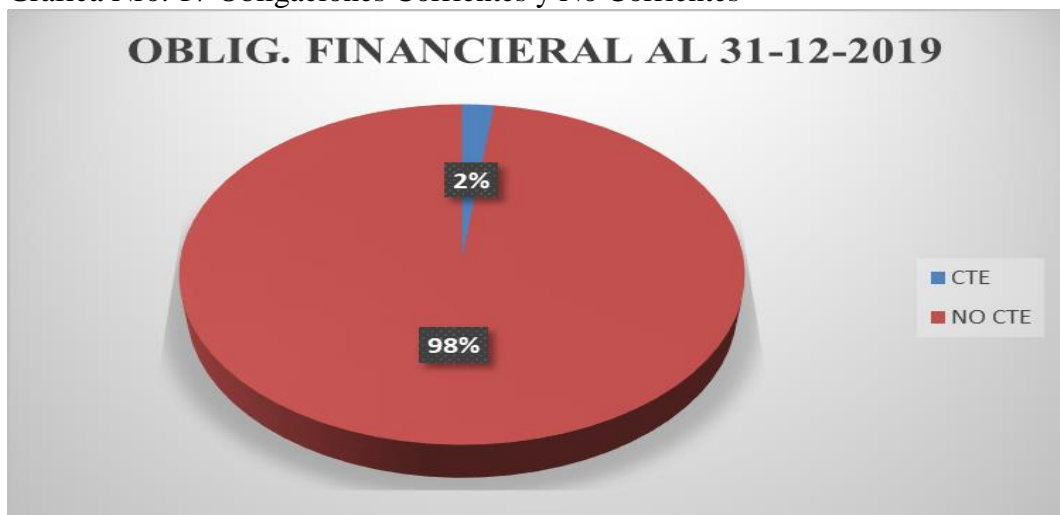
Grafica Nro. 16 Obligaciones Financieras.



Fuente Alicorp S.A.A.

Sus obligaciones financieras de Alicorp a corto plazo solo es el 2% y 98 por ciento a largo plazo teniendo créditos para pagarlos hasta el año 2030. Compuesta en un por deuda de bonos(67%), prestamos bancarias(23%) y papeles de trabajo(9%) y otros en 1%.

Grafica Nro. 17 Obligaciones Corrientes y No Corrientes



Fuente Alicorp S.A.A./Elaboración propia.

4.2.1 BONOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL.

Bonos emitidos en el mercado internacional (USA) en el año 2013(450 millones US\$) y 2019(1,640 millones S/), para la adquisición de subsidiarias; de forma directa en Perú e indirecta en Uruguay.

| TIPO DE BONO | Vencimiento | M. orig | Tasa de interés | 2019 | | |
|-----------------------------------|---------------|---------|-----------------|------|-----------|-----------|
| | | | | CTE | NO CTE | TOTAL |
| Senior Notes /Bono Internacional | Marzo de 2023 | US\$ | 3.875% | | 205,853 | 205,853 |
| Senior Notes / Bono Internacional | Abril de 2027 | Soles | 6.875% | | 1,622,515 | 1,622,515 |

Fuente Alicorp S.A.A./Elaboración propia

En el año 2013 Alicorp emite bonos por 450 millones de Dólares Americanos, en el mercado internacional regulada por la normativa 144A, esta articulación la realizo Bank of America, JP Morgan y BCP Capital. Sus intereses(3.875%) serán pagados semestralmente y su cancelación total será en el año 2023. Esta emisión sirvió para la adquisición de subsidiarias, fortalecer negocios e implementación de nuevas plantas. En el año 2015 con el fin de mitigar efectos de en tipo de cambio, adquiere(compra) 387 millones de Dólares del total. Su impacto contrajo una rentabilidad de 16 millones de soles. En el año 2016 compra 400, mil dólares del total de la deuda, lo que generó una rentabilidad de 27 mil soles. Al 31 de diciembre del 2019 el saldo de deuda es de 62.3 millones de Dólares.

En el año 2019 Emite bonos Internacionales por 1,640 millones de soles sus intereses(6.785) serán pagados se manera semestral y la cancelación del mismo será en tres cuotas iguales en los años 2025, 2026 y 2027. Con este capital conseguido, logro Adquirir de forma directa el 99.75% de las acciones de Intradevco y de manera indirecta a la entidad Uruguaya Atlantis.

4.2.2 BONOS EN LA BOLSA DE VALORES DE LIMA.

Inscritos en bolsa de valores de Lima, los bonos corporativos de Alicorp le sirvieron para sus obligaciones de corto plazo e impulso de nuevos productos y plantas. A continuación detallo los 3 vigentes.

| TIPO DE BONO | Vencimiento | M. orig | Tasa de interés | 2019 | |
|---|-----------------|---------|-----------------|---------|---------|
| | | | | NO CTE | TOTAL |
| Tercer prog.bonos corp - 2DA em.serie A | Enero de 2030 | Soles | 7.000% | 499,422 | 499,422 |
| Tercer prog.bonos corp - 4TA em.serie A | Marzo de 2023 | Soles | 7.813% | 159,784 | 159,784 |
| Primer prog.bonos corp - 1RA em.serie A | Octubre de 2024 | Soles | 6.500% | 219,413 | 219,413 |

Fuente Alicorp s.a.a./Elaboración propia.

En el año 2015 Alicorp emitió bonos por 500 millones de soles con el nombre de Tercer programa de Bonos Corporativos segunda emisión seria. La misma que vencerá en enero del año 2030 con una tasa de interés del 7%, se cancelara a partir del año 2025 en diez cuotas. El dinero sirvió para cancelar sus deudas de corto plazo.

En marzo del año 2016 Alicorp emite bonos corporativos por 160 millones de soles cuarta emisión, su cancelación se realizara en marzo del 2023; a una tasa de 7.8%, de interés que se cancelara de forma semestral. Alicorp utilizo el dinero para sus obligaciones de corto plazo.

En octubre del año 2018 emite bonos corporativos por 219 millones de soles será cancelado en octubre de 2024, a una tasa de interés de 6.5% se pagara de forma semestral. Crédito utilizado para pagar sus obligaciones de corto plazo.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

5.1 CONCLUSIONES.

De acuerdo al objetivo general del trabajo de investigación, su participación de ALICORP S.A.A. y Subsidiarias, en el mercado de valores a través de la Bolsa de valores de Lima e inscritas sus acciones en la Superintendencia del Mercado de Valores en el año 2006. INFLUYE en el reconocimiento y prestigio nacional e internacional, facilita el adquirir dinero y financiar sus proyectos, planes de expansión y desarrollo sostenido. A través de los años le ha servido para poder obtener capital y comprar subsidiarias en el Perú y otros países de América, siendo su mayor inversión en el año 2019; por la adquisición de INTRADEVCO. Su rentabilidad se refleja en sus ventas que en el año 2016 obtuvo en ventas 6,628 millones y una utilidad neta de 302 millones; en el año 2019 llegaron a obtener 9,872 millones de soles en ventas y 481 millones de utilidad neta. Teniendo incrementos de 3,244 millones en ventas y 179 millones en utilidades.

El primer objetivo es identificar los beneficios de Alicorp en su participación en el Mercado de Valores. Llego a concluir que su más importante beneficio es la diversificación de financiamientos. A través de acciones y bonos corporativos e internacionales, en la actualidad sus deudas a largo plazo son el 98% del total de su obligaciones financieras, gracias a los financiamientos de bonos representa el 70% de total de las obligaciones financieras. Prestigio internacional le genera

un alta admiración, consideración y valoración de sus productos en el mercado internacional y en la actualidad representan casi el 47% de sus ventas totales.

De acuerdo al segundo objetivo llego a la conclusión que su rentabilidad se ve reflejada en el aumento de rentabilidad de 0.52 soles por acción en el 2018, paso a tener 0.56 soles por acción en el 2019, gracias al aumento utilidad neta de 444 millones en el 2018 a 481 millones en el 2019. Estos aumentos de beneficios en los últimos años es gracias a la compras de subsidiarias con financiamiento del mercado de valores con la emisión de bonos corporativos y cubren las deudas a corto plazo y los bonos internacionales que le sirvieron para obtener a la gigante Intradevco su mayor inversión en su historia que en el primer año le significo un 16% de aumento en sus ventas.

Respecto al tercer objetivo llego a la conclusión que sus índices se deben a la precio del dólar americano, precio del petróleo, minerales, estabilidad del gobierno y las inversiones nacionales en el extranjero la excesiva variación de lo antes mencionado generado inestabilidad de las acciones. Es por ello que cuando se aprobó la compra de las empresas bolivianas y la emisiones de bonos sus índice mejoraron por sus fortalecimiento en el mercado internacional y con financiamiento a largo plazo.

Llego a la conclusión que Alicorp se vuelve mas rentable con capitales de terceros. Son la mayor fuerza para adquirir subsidiarias y fortalecer su dominio y monopolio en algunas líneas de negocio en el País y seguir creciendo de forma sostenida en el mercado Internacional. Su fuente de capital es el Mercado de Valores con la emisión de bonos logro adquirir subsidiarias y mejorar y rendimiento.

5.2 RECOMENDACIONES.

Se recomienda a las empresas de consumo masivo y en general, que desde sus inicios adopten el buen gobierno corporativo esencial en la evaluación de las empresas para formar parte del mercado de valores, también les permite ordenar, administrar y conseguir un crecimiento sostenido.

Integrar y participar en el Mercado de Valores Donde encontraran diversificación de financiamiento a costos muy bajos y plazos más amplios comparados con el sistema financiero.

Se recomienda estar en constante actividad y buscar nuevos mercados y crecimiento sostenido, con financiamientos de terceros. Que generen aumentos en su rentabilidad, sin arriesgar sus capitales de sus accionistas.

Se recomienda ser mas precavidos en la toma decisiones para el financiamiento de sus proyectos, una mala decisión puede causar muchos costos financieros.

Se recomienda no bajar los brazos y siempre estar atentos a los estudios de financiamiento de Inversiones y proyectos.

Bibliografía

- Agudelo rueda, Diego Alonso (2011). Costos de transacción asociados a la liquidez en la Bolsa de Valores de Colombia.
<http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=2&sid=3e77ebc3-792c-40f1-afef-4e8ef4d6a9d9%40sdc-v-sessmgr02&bdata=Jmxhbmc9ZXMMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#AN=62853930&db=afh>
- Alicorp s.a.a y subsidiarias(2020).
<https://www.alicorp.com.pe/es/inversionistas/informacion-financiera/>
- Bautista López, Jorge y Castro Villacorta, Lenin(2017), PUCP,
ESCUELA DE POSGRADO: Plan Financiero de la Empresa Alicorp S.A.A y Subsidiarias.
<http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/9693>
- Bolsa de Valores de Lima(2020)
https://www.bvl.com.pe/inf_corporativa21400_QUxJQ09SQzE.html
- Carrión Mezones, Jean Michell (2017) “Estrategia Bursátil en la Bolsa de valores de lima para un mejor desarrollo del mercado de capitales peruano”. <http://repositorio.uss.edu.pe/handle/uss/4042>
- Castillo, Santiago(2008) Una Bolsa llena de Dinero.
<http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=11&sid=23695656-af42-4f96-aceb-5f783c8a377c%40sdc-v-sessmgr01&bdata=Jmxhbmc9ZXMMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#AN=34469295&db=fap>

- La Superintendencia del Mercado de Valores (2020)
https://www.smv.gob.pe/Bp_InformacionFinanciera?op=bq11
- Lizarzaburu, Edmundo (2014), Análisis del modelo Z de Altman en el Mercado Peruano.
<http://web.a.ebscohost.com/ehost/detail/detail?vid=2&sid=23695656-af42-4f96-aceb-5f783c8a377c%40sdc-v-sessmgr01&bdata=Jmxhbmc9ZXMmc2l0ZT1laG9zdC1saXZl#AN=100034134&db=fap>
- Revista de investigación de ESAN (2014): Los Factores Críticos de Éxito para la Creación de un Mercado Alternativo de Emisión de Valores para las Pymes en el Perú. <https://www.esan.edu.pe/publicaciones/serie-gerencia-para-el-desarrollo/2014/factores-criticos-exito-creacion-mercado-alternativo-emision-valores/>.
- Tong Chang, José(2011) Los Fondos Mutuos en el Mercado de Valores del Perú: ¿una oportunidad de inversión?
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=142774>

ANEXO Nro. 1

Alicorp S.A.A y Subsidiarias

Estado consolidado de situación financiera

Al 31 de diciembre de 2019 y de 2018.

| | Nota | 2019 S/(000) | 2018 S/(000) (Reestructurado, nota 4.3) | 01 de enero de 2018 S/(000) (Reestructurado, nota 4.3) |
|--|---------|-------------------|--|--|
| Activo | | | | |
| Activo corriente | | | | |
| Efectivo y equivalente de efectivo | 5 | 840,021 | 1,037,185 | 1,043,381 |
| Otros activos financieros | 12 | 10,422 | 7,816 | 182,630 |
| Cuentas por cobrar comerciales, neto | 6 | 1,364,877 | 1,026,443 | 980,672 |
| Fondo de garantía para operaciones con derivados | 7 | 34,016 | 13,985 | 165 |
| Otras cuentas por cobrar, neto | 8 | 287,848 | 261,173 | 74,073 |
| Cuentas por cobrar a partes relacionadas | 35(b) | - | - | 12 |
| Anticipos a proveedores | 8(g) | 216,915 | 181,061 | 45,033 |
| Instrumentos financieros derivados | 25(a,b) | 31,275 | 39,942 | 13,217 |
| Activos por impuesto a las ganancias | 23(b) | 37,482 | 29,152 | 13,242 |
| Inventarios, neto | 9 | 1,622,919 | 1,456,952 | 885,042 |
| Otros activos no financieros | 10 | 18,403 | 13,639 | 27,127 |
| | | <u>4,464,178</u> | <u>4,067,348</u> | <u>3,264,594</u> |
| Activos clasificados como mantenidos para la venta, neto | 11 | <u>26,639</u> | <u>36,638</u> | <u>25,125</u> |
| Total activo corriente | | <u>4,490,817</u> | <u>4,103,986</u> | <u>3,289,719</u> |
| Activo no corriente | | | | |
| Cuentas por cobrar comerciales, neto | 6 | - | 8,844 | 29,534 |
| Otras cuentas por cobrar, neto | 8 | 140,994 | 77,984 | 46,946 |
| Instrumentos financieros derivados | 25(a,b) | 11,767 | 15,226 | 11,459 |
| Otros activos financieros | 12 | 7,400 | 386,577 | 349,644 |
| Inversiones contabilizadas aplicando el método de la participación | 13 | 17,323 | 17,444 | 15,887 |
| Activos por impuesto a las ganancias | 23(b) | 3,492 | 3,292 | 6,925 |
| Propiedades de inversión | 3(a) | 7,492 | - | - |
| Propiedades, planta y equipo, neto | 14 | 3,323,015 | 2,573,588 | 1,865,624 |
| Activos intangibles, neto | 15 | 1,318,649 | 753,318 | 549,882 |
| Activos por derecho de uso, neto | 16 | 326,196 | 306,747 | 256,595 |
| Activos biológicos, neto | | 286 | 788 | 887 |
| Activo por impuesto a las ganancias diferido | 23(c) | 201,586 | 131,885 | 99,053 |
| Plusvalía, neto | 17 | <u>1,393,264</u> | <u>988,971</u> | <u>851,626</u> |
| Total activo no corriente | | <u>6,751,464</u> | <u>5,264,664</u> | <u>4,084,062</u> |
| Total activo | | <u>11,242,281</u> | <u>9,368,650</u> | <u>7,373,781</u> |

Fuente SMV

| | Nota | 2019 S/(000) | 2018 S/(000) (Reestructurado, nota 4.3) | 01 de enero de 2018 S/(000) (Reestructurado, nota 4.3) |
|--|---------|-------------------|--|--|
| Pasivo y patrimonio neto | | | | |
| Pasivo corriente | | | | |
| Otros pasivos financieros | 18 | 775,750 | 963,025 | 974,333 |
| Cuentas por pagar comerciales | 19 | 2,143,411 | 1,759,968 | 1,492,982 |
| Otras cuentas por pagar | 20 | 182,894 | 139,548 | 119,889 |
| Ingresos diferidos | | 3,043 | 2,752 | - |
| Cuentas por pagar a partes relacionadas | 35(b) | - | 890 | 132 |
| Beneficios a los empleados | 21 | 226,731 | 189,912 | 163,066 |
| Instrumentos financieros derivados | 25(a,b) | 28,049 | 11,490 | 7,302 |
| Pasivos por impuesto a las ganancias | 23(b) | 54,013 | 11,566 | 51,794 |
| Provisiones | 22(b) | 48,662 | 40,665 | 33,822 |
| Total pasivo corriente | | <u>3,462,553</u> | <u>3,119,816</u> | <u>2,843,320</u> |
| Pasivo no corriente | | | | |
| Otros pasivos financieros | 18 | 3,422,911 | 2,418,199 | 1,246,502 |
| Ingresos diferidos | | 2,958 | 2,594 | - |
| Beneficios a los empleados | 21 | 25,010 | 25,053 | 5,884 |
| Instrumentos financieros derivados | 25(a,b) | - | - | 1,607 |
| Provisiones | 22(b) | 96,230 | 43,987 | 6,693 |
| Pasivo por impuesto a las ganancias diferido | 23(c) | 774,113 | 534,026 | 377,618 |
| Total pasivo no corriente | | <u>4,321,222</u> | <u>3,023,859</u> | <u>1,638,304</u> |
| Total pasivo | | <u>7,783,775</u> | <u>6,143,675</u> | <u>4,481,624</u> |
| Patrimonio | 24 | | | |
| Capital emitido | | 847,192 | 847,192 | 847,192 |
| Acciones de inversión | | 7,388 | 7,388 | 7,388 |
| Otras reservas de capital | | 165,368 | 168,329 | 170,227 |
| Resultados acumulados | | 2,415,276 | 1,874,236 | 1,636,454 |
| Otras reservas de patrimonio | | (8,719) | 311,284 | 216,279 |
| Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora | | <u>3,426,505</u> | <u>3,208,429</u> | <u>2,877,540</u> |
| Participaciones no controladoras | | <u>32,001</u> | <u>16,546</u> | <u>14,617</u> |
| Total patrimonio | | <u>3,458,506</u> | <u>3,224,975</u> | <u>2,892,157</u> |
| Total pasivo y patrimonio | | <u>11,242,281</u> | <u>9,368,650</u> | <u>7,373,781</u> |

Fuente SMV

ANEXO Nro. 2

Alicorp S.A.A y Subsidiarias

Estado consolidado de situación financiera

Al 31 de diciembre de 2019 y de 2018

| | Nota | 2019 S/(000) | 2018 S/(000) (Reestructurado, nota 4.3) |
|--|----------|-----------------|--|
| Ventas a terceros | | 9,847,323 | 8,258,990 |
| Ventas a partes relacionadas | 35(a) | 24,864 | 29,712 |
| | 26 | 9,872,187 | 8,288,702 |
| Costo de ventas | 27 | (7,420,013) | (6,240,926) |
| Utilidad bruta | | 2,452,174 | 2,047,776 |
| Gastos de ventas y distribución | 28 | (801,905) | (673,419) |
| Gastos administrativos | 29 | (651,838) | (601,726) |
| Resultado de operaciones con derivados de materias primas | 25(c) | (16,302) | 3,268 |
| Otros ingresos y gastos, neto | 31(a) | (33,554) | 22,791 |
| Utilidad operativa | | 948,575 | 798,690 |
| Ingresos financieros | 32 | 78,037 | 68,678 |
| Gastos financieros | 33 | (346,100) | (232,549) |
| Diferencia de cambio neta | 40(b)(i) | 5,326 | (20,045) |
| Participación en los resultados netos de las asociadas | 13(b) | (1,814) | 1,747 |
| Resultado por inflación | 37(b) | 14,391 | 45,490 |
| Utilidad antes del impuesto a las ganancias | | 698,415 | 662,011 |
| Impuesto a las ganancias | 23(a) | (217,230) | (217,201) |
| Utilidad neta | | 481,185 | 444,810 |
| Utilidad neta atribuible a: | | | |
| Propietarios de la controladora | | 476,231 | 442,881 |
| Participaciones no controladoras | | 4,954 | 1,929 |
| Utilidad neta | | 481,185 | 444,810 |
| Utilidad neta por acción | | | |
| Utilidad básica y diluida por acción común y de inversión (S/) | 36 | 0.56 | 0.52 |

Fuente SMV

ANEXO Nro. 3

ALICORPS.AA Y SUBSIDIARIAS

Principales Partidas del Estado de Situación Financiera

(Miles de Soles)

ANALISIS HORIZONTAL

| | Dic-19 | Dic-18 ⁴ | Dic-17 | Dic-16 | 2019 vs 2018 | | 2018 vs 2017 | | 2017 vs 2016 | |
|--|-------------------|---------------------|------------------|------------------|------------------|---------------|------------------|---------------|-------------------|-----------------|
| ACTIVO | | | | | % | | % | | % | |
| Efectivo y Equivalente | 840,021 | 1,037,185 | 1,043,381 | 273,483 | -197,164 | -23.47% | -6,196 | -0.60% | 769,898 | 73.79% |
| Cuentas por Cobrar Comerciales y otros | 1,869,640 | 1,468,677 | 1,099,790 | 1,069,117 | 400,963 | 21.45% | 368,887 | 25.12% | 30,673 | 2.79% |
| Inventarios, Neto | 1,622,919 | 1,456,952 | 885,042 | 779,036 | 165,967 | 10.23% | 571,910 | 39.25% | 106,006 | 11.98% |
| Activo Corriente | 4,490,817 | 4,103,986 | 3,289,719 | 2,224,686 | 386,831 | 8.61% | 814,267 | 19.84% | 1,065,033 | 32.37% |
| Otros Activos Financieros | 19,167 | 401,803 | 361,103 | 309,768 | -382,636 | -1996.33% | 40,700 | 10.13% | 51,335 | 14.22% |
| Propiedades, Planta y Equipo, Neto | 3,323,015 | 2,573,588 | 1,865,624 | 1,946,249 | 749,427 | 22.55% | 707,964 | 27.51% | -80,625 | -4.32% |
| Activos Intangibles, Neto distintos a la Plusvalía | 1,318,649 | 753,318 | 549,882 | 567,589 | 565,331 | 42.87% | 203,436 | 27.01% | -17,707 | -3.22% |
| Plusvalía | 1,393,264 | 988,971 | 851,626 | 867,994 | 404,293 | 29.02% | 137,345 | 13.89% | -16,368 | -1.92% |
| Activo No Corriente | 6,751,464 | 5,264,664 | 1,043,381 | 3,909,385 | 1,486,800 | 22.02% | 4,221,283 | 80.18% | -2,866,004 | -274.68% |
| TOTAL ACTIVO | 11,242,281 | 9,368,650 | 7,115,995 | 6,134,071 | 1,873,631 | 16.67% | 2,252,655 | 24.04% | 981,924 | 13.80% |
| PASIVO + PATRIMONIO | | | | | | | | | | |
| Pasivos Financieros | 803,799 | 974,515 | 962,280 | 254,705 | -170,716 | -21.24% | 12,235 | 1.26% | 707,575 | 73.53% |
| - Endeudamiento revolvente | 519,656 | 608,000 | 603,000 | 22,000 | -88,344 | -17.00% | 5,000 | 0.82% | 581,000 | 96.35% |
| - Parte Corriente Deuda de L.P. y otros no revolventes | 284,143 | 366,515 | 359,280 | 232,705 | -82,372 | -28.99% | 7,235 | 1.97% | 126,575 | 35.23% |
| Cuentas por Pagar Comerciales y Otras | 2,329,348 | 1,903,158 | 1,613,003 | 1,351,933 | 426,190 | 18.30% | 290,155 | 15.25% | 261,070 | 16.19% |
| Total Pasivo Corriente | 3,462,553 | 3,119,816 | 2,823,965 | 1,785,943 | 342,737 | 9.90% | 295,851 | 9.48% | 1,038,022 | 36.76% |
| Pasivos Financieros | 3,422,911 | 2,418,199 | 999,979 | 1,375,824 | 1,004,712 | 29.35% | 1,418,220 | 58.65% | -375,845 | -37.59% |
| Pasivos por Impuestos Diferidos | 774,113 | 534,026 | 379,189 | 374,510 | 240,087 | 31.01% | 154,837 | 28.99% | 4,679 | 1.23% |
| Total Pasivo No Corriente | 4,321,222 | 3,023,859 | 1,391,745 | 1,769,588 | 1,297,363 | 30.02% | 1,632,114 | 53.97% | -377,843 | -27.15% |
| TOTAL PASIVO | 7,783,775 | 6,143,675 | 4,215,710 | 3,555,531 | 1,640,100 | 21.07% | 1,927,965 | 31.38% | 660,179 | 15.66% |
| Capital Emitido | 847,192 | 847,192 | 847,192 | 847,192 | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% |
| Acciones de Inversión | 7,388 | 7,388 | 7,388 | 7,388 | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% | 0 | 0.00% |
| Otras Reservas de Capital | 165,368 | 168,329 | 170,227 | 169,438 | -2,961 | -1.79% | -1,898 | -1.13% | 789 | 0.46% |
| Resultados acumulados | 2,415,276 | 1,874,236 | 665,730 | 529,182 | 541,040 | 22.40% | 1,208,506 | 64.48% | 136,548 | 20.51% |
| Otras Reservas de Patrimonio | (8,719) | 311,284 | 215,839 | 227,043 | -320,003 | -3670.18% | 95,445 | 30.66% | -11,204 | -5.19% |
| Participación no controlante | 32,001 | 16,546 | 15,257 | 22,445 | 15,455 | 48.30% | 1,289 | 7.79% | -7,188 | -47.11% |
| TOTAL PATRIMONIO NETO | 3,458,506 | 3,224,975 | 1,921,633 | 1,802,688 | 233,531 | 6.75% | 1,303,342 | 40.41% | 118,945 | 6.19% |
| TOTAL PASIVO + PATRIMONIO | 11,242,281 | 9,368,650 | 6,137,343 | 5,358,219 | 1,873,631 | 16.67% | 3,231,307 | 34.49% | 779,124 | 12.69% |

Fuente SMV/Elaboración propia.

ANEXO Nro. 4

ALICORPS.A.A Y SUBSIDIARIAS Principales Partidas del Estado de Resultados (Miles de Soles)

ANALISIS VERTICAL

| | Dic - 19 | | Dic - 18 | | Dic - 17 | | Dic - 16 | |
|--------------------------------------|-------------|------|-------------|------|-------------|------|-------------|------|
| | % | | % | | % | | % | |
| Total Ingresos | 9,872,187 | 100% | 8,288,702 | 100% | 7,101,425 | 100% | 6,628,789 | 100% |
| Costo de Ventas | (7,420,013) | -75% | (6,240,926) | -75% | (5,042,402) | -71% | (4,620,803) | -70% |
| Utilidad Bruta | 2,452,174 | 25% | 2,047,776 | 25% | 1,906,863 | 27% | 2,007,986 | 30% |
| Gastos Operativos | (1,503,599) | -15% | (1,249,086) | -15% | (1,163,791) | -16% | (1,375,710) | -21% |
| Utilidad Operativa | 948,575 | 10% | 798,690 | 10% | 743,072 | 10% | 632,276 | 10% |
| Ingresos Financieros | 78,037 | 1% | 68,678 | 1% | 55,883 | 1% | 13,883 | 0% |
| Gastos Financieros | (346,100) | -4% | (232,549) | -3% | (153,297) | -2% | (163,842) | -2% |
| Ganancia de Asociadas | (1,814) | 0% | 1,747 | 0% | (2,985) | 0% | 1,065 | 0% |
| Utilidad antes de diferencia de | 678,698 | 7% | 636,566 | 8% | 642,673 | 9% | 483,382 | 7% |
| Diferencia de cambio, neta | 5,326 | 0% | (20,045) | 0% | (5,300) | 0% | (20,381) | 0% |
| Resultado por inflación | 14,391 | 0% | 45,490 | 1% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| Utilidad antes de impuesto a las | 698,415 | 7% | 662,011 | 8% | 637,373 | 9% | 463,001 | 7% |
| Gasto por impuesto a las ganancias | (217,230) | -2% | (217,201) | -3% | (187,482) | -3% | (160,862) | -2% |
| Utilidad Neta | 481,185 | 5% | 444,810 | 5% | 449,891 | 6% | 302,139 | 5% |
| Total Ganancias (Pérdida) Por Acción | 0.56 | 0% | 0.52 | 0% | 0.53 | 0% | 0.35 | 0% |

Fuente SMV/Elaboración propia.

ANEXO Nro. 5

ALICORPS.A.A Y SUBSIDIARIAS Principales Partidas del Estado de Situación Financiera (Miles de Soles)

ANALISIS VERTICAL

| | Dic-19 | | Dic-18 ¹ | | Dic-17 | | Dic-16 | |
|--|--------------------------------|-------------|-------------------------------|-------------|-------------------------------|-------------|------------------|-------------|
| ACTIVO | | | | | | | | |
| Efectivo y Equivalente | 840,021 | 7% | 1,037,185 | 11% | 1,043,381 | 15% | 273,483 | 4% |
| Cuentas por Cobrar Comerciales y otros | 1,869,640 | 17% | 1,468,677 | 16% | 1,099,790 | 15% | 1,069,117 | 17% |
| Inventarios, Neto | 1,622,919 | 14% | 1,456,952 | 16% | 885,042 | 12% | 779,036 | 13% |
| Activo Corriente | 4,490,817 | 40% | 4,103,986 | 44% | 3,289,719 | 46% | 2,224,686 | 36% |
| Otros Activos Financieros | 19,167 | 0% | 401,803 | 4% | 361,103 | 5% | 309,768 | 5% |
| Propiedades, Planta y Equipo, Neto | 3,323,015 | 30% | 2,573,588 | 27% | 1,865,624 | 26% | 1,946,249 | 32% |
| Activos Intangibles, Neto distintos a la Plusvalía | 1,318,649 | 12% | 753,318 | 8% | 549,882 | 8% | 567,589 | 9% |
| Plusvalía | 1,393,264 | 12% | 988,971 | 11% | 851,626 | 12% | 867,994 | 14% |
| Activo No Corriente | 6,751,464 | 60% | 5,264,664 | 56% | 3,826,276 | 54% | 3,909,385 | 64% |
| TOTAL ACTIVO | 11,242,281 | 100% | 9,368,650 | 100% | 7,115,995 | 100% | 6,134,071 | 100% |
| PASIVO + PATRIMONIO | | | | | | | | |
| Pasivos Financieros | 803,799 | 7% | 974,515 | 10% | 962,280 | 16% | 254,705 | 5% |
| - Endeudamiento revolvente | 519,656 | 5% | 608,000 | 6% | 603,000 | 10% | 22,000 | 0% |
| - Parte Corriente Deuda de L.P. y otros no revolventes | 284,143 | 3% | 366,515 | 4% | 359,280 | 6% | 232,705 | 4% |
| Cuentas por Pagar Comerciales y Otras | 2,329,348 | 21% | 1,903,158 | 20% | 1,613,003 | 26% | 1,351,933 | 25% |
| Total Pasivo Corriente | 3,462,553 | 31% | 3,119,816 | 33% | 2,823,965 | 46% | 1,785,943 | 33% |
| Pasivos Financieros | 3,422,911 | 30% | 2,418,199 | 26% | 999,979 | 16% | 1,375,824 | 26% |
| Pasivos por Impuestos Diferidos | 774,113 | 7% | 534,026 | 6% | 379,189 | 6% | 374,510 | 7% |
| Total Pasivo No Corriente | 4,321,222 | 38% | 3,023,859 | 32% | 1,391,745 | 23% | 1,769,588 | 33% |
| TOTAL PASIVO | 7,783,775 [✓] | 69% | 6,143,675 [✓] | 66% | 4,215,710 [✓] | 69% | 3,555,531 | 66% |
| Capital Emitido | 847,192 | 8% | 847,192 | 9% | 847,192 | 14% | 847,192 | 16% |
| Acciones de Inversión | 7,388 | 0% | 7,388 | 0% | 7,388 | 0% | 7,388 | 0% |
| Otras Reservas de Capital | 165,368 | 1% | 168,329 | 2% | 170,227 | 3% | 169,438 | 3% |
| Resultados acumulados | 2,415,276 | 21% | 1,874,236 | 20% | 665,730 | 11% | 529,182 | 10% |
| Otras Reservas de Patrimonio | (8,719) | 0% | 311,284 | 3% | 215,839 | 4% | 227,043 | 4% |
| Participación no controlante | 32,001 | 0% | 16,546 | 0% | 15,257 | 0% | 22,445 | 0% |
| TOTAL PATRIMONIO NETO | 3,458,506 [✓] | 31% | 3,224,975 [✓] | 34% | 1,921,633 [✓] | 31% | 1,802,688 | 34% |
| TOTAL PASIVO + PATRIMONIO | 11,242,281 [✓] | 100% | 9,368,650 [✓] | 100% | 6,137,343 [✓] | 100% | 5,358,219 | 100% |

Fuente SMV/Elaboración propia.

ANEXO Nro. 6

ALICORPS.A.A Y SUBSIDIARIAS Principales Partidas del Estado de Resultados (Miles de Soles) ANALISIS VERTICAL

| | Dic - 19 | | Dic - 18 | | Dic - 17 | | Dic - 16 | |
|--------------------------------------|-------------|------|-------------|------|-------------|------|-------------|------|
| | % | | % | | % | | % | |
| Total Ingresos | 9,872,187 | 100% | 8,288,702 | 100% | 6,949,265 | 100% | 6,628,789 | 100% |
| Costo de Ventas | (7,420,013) | -75% | (6,240,926) | -75% | (5,042,402) | -73% | (4,620,803) | -70% |
| Utilidad Bruta | 2,452,174 | 25% | 2,047,776 | 25% | 1,906,863 | 27% | 2,007,986 | 30% |
| Gastos Operativos | (1,503,599) | -15% | (1,249,086) | -15% | (1,163,791) | -17% | (1,375,710) | -21% |
| Utilidad Operativa | 948,575 | 10% | 798,690 | 10% | 743,072 | 11% | 632,276 | 10% |
| Ingresos Financieros | 78,037 | 1% | 68,678 | 1% | 55,883 | 1% | 13,883 | 0% |
| Gastos Financieros | (346,100) | -4% | (232,549) | -3% | (153,297) | -2% | (163,842) | -2% |
| Ganancia de Asociadas | (1,814) | 0% | 1,747 | 0% | (2,985) | 0% | 1,065 | 0% |
| Utilidad antes de diferencia de | 678,698 | 7% | 636,566 | 8% | 642,673 | 9% | 483,382 | 7% |
| Diferencia de cambio, neta | 5,326 | 0% | (20,045) | 0% | (5,300) | 0% | (20,381) | 0% |
| Resultado por inflación | 14,391 | 0% | 45,490 | 1% | 0 | 0% | 0 | 0% |
| Utilidad antes de impuesto a las | 698,415 | 7% | 662,011 | 8% | 637,373 | 9% | 463,001 | 7% |
| Gasto por impuesto a las ganancias | (217,230) | -2% | (217,201) | -3% | (187,482) | -3% | (160,862) | -2% |
| Utilidad Neta | 481,185 | 5% | 444,810 | 5% | 449,891 | 6% | 302,139 | 5% |
| Total Ganancias (Pérdida) Por Acción | 0.56 | 0% | 0.52 | 0% | 0.53 | 0% | 0.35 | 0% |

Fuente SMV/Elaboración propia.

ANEXO Nro. 7

Ratios de liquidez.

| RATIOS DE LIQUIDEZ | | | | |
|--------------------------------|------------------|----------------|----------------|----------------|
| RATIO | 2019 | 2018 | 2017 | 2016 |
| Activo Corriente | 4,490,817 | 4,103,986 | 3,289,719 | 2,224,686 |
| /entre Pasivo Corriente | 3,462,553 | 3,119,816 | 2,823,965 | 1,785,943 |
| Relación corriente | 1.30 | 1.32 | 1.16 | 1.25 |
| Activo Corriente | 4,490,817 | 4,103,986 | 3,289,719 | 2,224,686 |
| (menos) Pasivo Corriente | 3,462,553 | 3,119,816 | 2,823,965 | 1,785,943 |
| Capital de trabajo Neto | 1,028,264 | 984,170 | 465,754 | 438,743 |
| Activo Corriente | 4,490,817 | 4,103,986 | 3,289,719 | 2,224,686 |
| (menos) Inventario | 1,622,919 | 1,456,952 | 885,042 | 779,036 |
| /entre Pasivo Corriente | 3,462,553 | 3,119,816 | 2,823,965 | 1,785,943 |
| Razón o prueba Acida | 0.83 | 0.85 | 0.85 | 0.81 |
| Efec. y Equi. de Efec. | 840,021 | 1,037,185 | 1,043,381 | 273,483 |
| /entre Pasivo Corriente | 3,462,553 | 3,119,816 | 2,823,965 | 1,785,943 |
| Liquidez absoluta | 0.24 | 0.33 | 0.37 | 0.15 |

Fuente SMV/Elaboración propia.

ANEXO Nro. 8

Ratios Solvencia.

| RATIOS DE SOLVENCIA | | | | |
|---------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| RATIO | 2019 | 2018 | 2017 | 2016 |
| Pasivo Total | 7,783,775 | 6,143,675 | 4,215,710 | 3,555,531 |
| Entre: Activo total | 11,242,281 | 9,368,650 | 7,115,995 | 6,134,071 |
| Grado de endeudamiento % | 69% | 66% | 59% | 58% |
| Patrimonio | 3,458,506 | 3,224,975 | 1,921,633 | 1,802,688 |
| Entre Activo Total | 11,242,281 | 9,368,650 | 7,115,995 | 6,134,071 |
| Grado de Propiedad | 31% | 34% | 27% | 29% |
| Pasivo Total | 7,783,775 | 6,143,675 | 4,215,710 | 3,555,531 |
| Entre.Patrimonio | 3,458,506 | 3,224,975 | 1,921,633 | 1,802,688 |
| Deuda patrimonio | 225% | 191% | 219% | 197% |
| Pasivo corriente | 3,462,553 | 3,119,816 | 2,823,965 | 1,785,943 |
| Entre Pasivo total | 7,783,775 | 6,143,675 | 4,215,710 | 3,555,531 |
| Estructura de deuda | 44% | 51% | 67% | 50% |

Fuente SMV/Elaboración propia.

ANEXO Nro. 9

Ratios de Rentabilidad.

| RATIOS DE RENTABILIDAD | | | | |
|---------------------------------------|------------------|------------------|----------------|----------------|
| RATIO | 2019 | 2018 | 2017 | 2016 |
| Utilidad Bruta | 2,452,174 | 2,047,776 | 1,906,863 | 2,007,986 |
| entre Ventas Netas x 100 | 9,872,187 | 8,288,702 | 6,949,265 | 6,628,789 |
| Rentabilidad Ut. Bruta % | 25% | 25% | 27% | 30% |
| Utilidad Operativa | 948,575 | 798,690 | 743,072 | 632,276 |
| entre Ventas Netas x 100 | 9,872,187 | 8,288,702 | 6,949,265 | 6,628,789 |
| Rentabilidad Ut. Operacional | 10% | 10% | 11% | 10% |
| Utilidad Neta | 481,185 | 444,810 | 449,891 | 302,139 |
| entre Ventas Netas x 100 | 9,872,187 | 8,288,702 | 6,949,265 | 6,628,789 |
| Rentabilidad de Ut Neta % | 5% | 5% | 6% | 5% |
| Utilidad Neta | 481,185 | 444,810 | 449,891 | 302,139 |
| Capital | 847,192 | 847,192 | 847,192 | 847,192 |
| Rentabilidad de la Inversión % | 57% | 53% | 53% | 36% |
| Utilidad Operativa | 948,575 | 798,690 | 743,072 | 632,276 |
| Activos fijos totales | 3,323,015 | 2,573,588 | 1,865,624 | 1,946,249 |
| Rentabilidad de los activos % | 29% | 31% | 40% | 32% |
| Utilidad Operativa | 948,575 | 798,690 | 743,072 | 632,276 |
| Depreciación y Amortización | 346,458 | 237,025 | 164,314 | 173,446 |
| EBIDTA | 1,295,033 | 1,035,715 | 907,386 | 805,722 |

Fuente SMV/Elaboración propia.

ANEXO Nro. 10

Ratios de Gestion

| RATIOS DE GESTIÓN | | | | |
|---------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| RATIO | 2019 | 2018 | 2017 | 2016 |
| Ventas Netas | 9,872,187 | 8,288,702 | 6,949,265 | 6,628,789 |
| entre Prom Ctas por Cob | 1,669,159 | 1,284,234 | 1,084,454 | 1,077,019 |
| Rotación Ctas por Cobrar | 5.91 | 6.45 | 6.41 | 6.15 |
| * 360 | 360 | 360 | 360 | 360 |
| Rotación Ctas por Cobrar | 5.91 | 6.45 | 6.41 | 6.15 |
| Período de Cobro | 61 | 56 | 56 | 58 |
| Costo de Ventas | 7,420,013 | 6,240,926 | 5,042,402 | 4,620,803 |
| entre Prom Inventario | 1,456,952 | 885,042 | 832,039 | 894,912 |
| Rotación de Inventarios | 5.09 | 7.05 | 6.06 | 5.16 |
| 360 | 360 | 360 | 360 | 360 |
| entre Rotación de Inventarios | 5 | 7 | 6 | 5 |
| Período de inventario | 71 | 51 | 59 | 70 |
| Costo de Ventas | 7,420,013 | 6,240,926 | 5,042,402 | 4,620,803 |
| entre Prom Ctas por Pagar | 2,116,253 | 1,758,081 | 1,482,468 | 1,380,626 |
| Rotación Ctas por Pagar | 3.51 | 3.55 | 3.40 | 3.35 |
| 360 | 360 | 360 | 360 | 360 |
| entre Rotación Ctas por Pagar | 4 | 4 | 3 | 3 |
| Período de pago(DIAS) | 103 | 101 | 106 | 108 |
| Ventas Netas | 9,872,187 | 8,288,702 | 6,949,265 | 6,628,789 |
| entre Prom Activo Total | 10,305,466 | 8,242,323 | 6,625,033 | 6,173,869 |
| Rotación de Activo | 0.96 | 1.01 | 1.05 | 1.07 |
| Período de Cobro | 61 | 56 | 56 | 58 |
| mas Período de Inventario | 71 | 51 | 59 | 70 |
| Ciclo Operativo | 132 | 107 | 116 | 128 |
| menos Período de pago | -103 | -101 | -106 | -108 |
| Ciclo del Efectivo(DIAS) | 29 | 5 | 10 | 21 |

Fuente SMV/Elaboración propia.

ANEXO Nro. 11

| OBLIGACIONES FINANCIERAS | | | | | | |
|-------------------------------------|----------------|------------------|------------------|----------------|------------------|------------------|
| S/(000) | | | | | | |
| CONCEPTO | 2019 | | | 2018 | | |
| | Porción Cte | Porción no Cte | Total | Porción Cte | Porción no Cte | Total |
| Préstamos bancarios | 646,095 | 302,300 | 948,395 | 638,512 | 892,664 | 1,531,176 |
| Bonos | 56,628 | 2,769,578 | 2,826,206 | 140,781 | 1,209,408 | 1,350,189 |
| Papeles comerciales | - | - | - | 143,602 | - | 143,602 |
| Obligaciones por derecho de uso. | 40,988 | 315,101 | 356,089 | 35,262 | 299,122 | 334,384 |
| Arrendamientos financieros | 27,126 | 30,025 | 57,151 | 3,081 | 9,234 | 12,315 |
| Financiamiento primas "call spread" | 1,979 | 5,792 | 7,771 | 1,787 | 7,771 | 9,558 |
| Otras obligaciones financieras | 2,934 | 115 | 3,049 | - | - | - |
| TOTAL | 775,750 | 3,422,911 | 4,198,661 | 963,025 | 2,418,199 | 3,381,224 |

Fuente Alicorp S.A.A

ANEXO Nro. 12.

BONOS DE ALICORP S.A.A

| TIPO DE BONO | Vencimiento | M. orig | Tasa de interés | 2019 | | | 2018 | | |
|---|-----------------|------------|-----------------|--------|-----------|-----------|---------|-----------|-----------|
| | | | | CTE | NO CTE | TOTAL | CTE | NO CTE | TOTAL |
| Senior Notes / Bono Internacional | Marzo de 2023 | US\$ | 3.875% | | 205,853 | 205,853 | | 209,453 | 209,453 |
| Senior Notes / Bono Internacional | Abril de 2027 | Soles | 6.875% | | 1,622,515 | 1,622,515 | | | |
| Tercer prog.bonos corp - 2RA em.serie A | Enero de 2030 | Soles | 7.000% | | 499,422 | 499,422 | | 499,365 | 499,365 |
| Tercer prog.bonos corp - 3RA em.serie A | Marzo de 2019 | Soles | 6.844% | | | 0 | 70,250 | | 70,250 |
| Tercer prog.bonos corp - 4TA em.serie A | Marzo de 2023 | Soles | 7.813% | | 159,784 | 159,784 | | 159,740 | 159,740 |
| Primer prog.bonos corp - 1RA em.serie A | Octubre de 2024 | Soles | 6.500% | | 219,413 | 219,413 | | 219,403 | 219,403 |
| Bonos IASA II - Primera emisión | Abril 2019 | Bolivianos | 6.000% | | | | 3,398 | | 3,398 |
| Bonos IASA II - Segunda emisión | Octubre 2019 | Bolivianos | 6.000% | | | | 6,525 | | 6,525 |
| Bonos IASA III - Primera emisión | Enero 2019 | US\$ | 5.500% | | | | 4 | | 4 |
| Bonos IASA III - Segunda emisión | Octubre 2019 | Bolivianos | 5.500% | | | | 5,069 | | 5,069 |
| Bonos IASA III - Tercera emisión | Noviembre 2019 | US\$ | 6.250% | | | | 7 | | 7 |
| Bonos IASA III - Quinta emisión | Noviembre 2021 | Bolivianos | 5.500% | 10,113 | 8,892 | 19,005 | 13,497 | 19,360 | 32,857 |
| Bonos IASA III - Sexta emisión | Enero 2022 | Bolivianos | 5.000% | 25,750 | 33,123 | 58,873 | 18,331 | 59,974 | 78,305 |
| Bonos IASA IV - Primera emisión | Junio 2022 | Bolivianos | 4.000% | 20,765 | 20,576 | 41,341 | 23,700 | 42,113 | 65,813 |
| TOTAL | | | | 56,628 | 2,769,578 | 2,826,206 | 140,781 | 1,209,408 | 1,350,189 |

Fuente Alicorp S.A.A.

ÍNDICE DE GRAFICAS.

| | |
|--|----|
| Gráfico Nro. 1 Productos | 30 |
| Grafico Nro. 2 Resumen de su Historia..... | 33 |
| Gráfico Nro. 3 Pilares Estratégicos..... | 35 |
| Grafica Nro. 4 Ingresos por línea de Negocio..... | 36 |
| Gráfico Nro. 5 Divisiones de Negocio..... | 38 |
| Gráfico Nro. 6. Expansión Geográfica..... | 39 |
| Gráfico Nro.7 Ingresos por Negocio..... | 41 |
| Gráfico Nro.8 Ratio de Liquidez..... | 43 |
| Gráfico Nro.9 Grado de Propiedad y Financiamiento de Terceros..... | 45 |
| Grafica Nro.10. Márgenes de Rentabilidad..... | 47 |
| Grafica Nro.11 Rentabilidad de la Inversión y los Activos..... | 48 |
| Gráfico Nro. 12. Accionariado..... | 53 |
| Grafica Nro.13. Evolución de Valor de Acciones de Inversión..... | 53 |
| Grafica Nro.14. Evolución de Valor de Acciones Comunes..... | 54 |
| Grafica Nro.15. Utilidad por acción Común y de Inversión..... | 56 |
| Grafica Nro. 16 Obligaciones Financieras..... | 57 |
| Grafica Nro. 17 Obligaciones Corrientes y No Corrientes..... | 57 |

ÍNDICE DE TABLAS.

| | |
|---|----|
| Tabla Nro. 1 Estructura del Directorio..... | 34 |
| Tabla Nro. 2 Principales Ejecutivos..... | 34 |
| Tabla Nro. 3 Accionariado..... | 36 |
| Tabla Nro. 4 Subsidiarias..... | 40 |
| Tabla Nro. 5 Índices de Liquidez..... | 42 |
| Tabla Nro. 6 Índice de solvencia..... | 44 |
| Tabla Nro. 7 Índices de Rentabilidad..... | 46 |
| Tabla Nro. 8 Índices de Gestión..... | 50 |
| Tabla Nro. 9 Títulos en Bolsa de Valores de Lima..... | 51 |
| Tabla Nro. 10 Reparto de Dividendos..... | 55 |